الإتجاهات الحديثة
فى الصحافة الدولية



الأستاذ الدكتور

محمود محمد جابر

قسم صحافة وإعلام - كلية الإعلام
جامعة القاهرة



٠٠٢٠١٠٠٣٧٢٨٨٢٢


مكتبة
طريق العلم

الإتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية

الأستاذ الدكتور
محمود محمد جابر
قسم صحافة وإعلام
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

الطبعة الأولى
2015م

الناشر
مكتبة الوفاء القانونية
محمول: 0020103738822 الإسكندرية

مقدمة

الصحافة هي صناعة الصحفي، والصحافيون هم القوم الذين ينتسبون إليها، ويعملون بها. أول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي، كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة "لسان العرب"، في الإسكندرية، وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح "صحافة"، ثم سار على نهجه سائر الصحفيين، بعد ذلك.

استخدم العرب والأوروبيون عديدا من المصطلحات لوصف الصحافة، بأشكالها المختلفة. فعند دخول الصحافة، لأول مرة، في مطلع القرن التاسع عشر، كان يطلق عليها لفظة "الوقائع"، ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما سماها رفاعة الطهطاوي. وسميت كذلك "غازته"، نسبة إلى قطعة من النقود، كانت تباع بها الصحيفة. كما أطلق عليها الجورنال. وقد استعمل العرب الأقدمون كلمة " صحفي" بمعنى الوراق الذي ينقل في الصحف، وقيل في ذلك عن بعضهم: "فلان من أعلم الناس لولا أنه صحفي" بمعنى أنه ينقل عن الصحف أو الصحائف. وقد عرف بعضهم الصحافة الحديثة بأنها كل نشرة مطبوعة تشتمل على أخبار ومعلومات عامة وتتضمن سير الحوادث والملاحظات والانتقادات التي تعبر عن مشاعر الرأي العام وتباع في مواعيد دورية محددة وتعرض على الجمهور عن طريق الاشتراك والشراء.

وقد أطلق العرب لفظ الغازته على الصحف، في أوائل عهدها، تقليدا للأوروبيين؛ حيث يقال إن أول صحيفة، ظهرت في البندقية، عام 1656، كانت تسمى غازته؛ فشملت هذه التسمية، فيما بعد، كل الصحف، بلا استثناء.

وعندما أنشأ خليل الخوري، عام 1858، جريدة "حديقة الأخبار" في بيروت أطلق عليها اللفظ الفرنسي "جورنال". وكان الكونت رشيد الدحداح اللبناني، صاحب جريدة "برجيس باريس"، الباريسية، هو أول من اختار لفظ "صحيفة"، وجرى مجراه أكثر أرباب الصحف، في ذلك العهد، وبعده؛ فما كان من أحمد فارس الشدياق اللبناني، صاحب "الجوائب" في القسطنطينية، وهو الذي ناظر الكونت رشيد الدحداح، في بعض المسائل اللغوية، إلا أن عقد العزم على استعمال لفظ "جريدة" (وهي الصحف المكتوبة كما وردت في معاجم اللغة) ومن ذاك الوقت شاع لفظ الجريدة، لدى جميع الصحفيين، بمعناها العصري.

وقد استعمل بعضهم، كالقس لويس صابونجي، صاحب "النحلة"، لفظة "النشرة"، بمعنى الجريدة، أو المجلة، وهكذا صنع المراسلون الأمريكيون، أصحاب "النشرة الشهرية"، و"النشرة الأسبوعية"، في بيروت وغيرهم.

ومن المسميات، التي أطلقت على الصحافة، "الورقة الخبرية" و"الرسالة الخبرية" وقد استعملتها جريدة المبشر، وأكثر الصحف العربية، في الجزائر ومنها كذلك "أوراق الحوادث"، وهو الاسم الذي أطلقه، للدلالة على صحف الأخبار، نجيب نادر صويا، منشئ مجلة "كوكب العلم"، في القسطنطينية.

وهناك، كذلك، اسم "المجلة" وأول من استعمله، في الوطن العربي، كان الشيخ إبراهيم اليازجي، عندما أصدر مجلة "الطبيب"، عام 1884. ولفظة المجلة أصلها الفعل "جل"، أي علا وسما مقاما، أو وضح وظهر. ومن ثم فإن اسم المجلة يعني إيضاح الحقائق.

الفصل الأول
نشأة الصحافة وتطورها في العصور القديمة

خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان، وخلق معه غريزة حب الاستطلاع، والبحث والتطلع لمعرفة كل ما هو جديد، في الحياة، من أجل الاطمئنان إلى البيئة، التي يعيش فيها، داخليا وخارجيا.

ومنذ وجد الإنسان، وعرف اللغة والكلام، نشأت عنده حاجة لأن يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر فيه؛ ويعرف منهم، كذلك، ما يعملونه، وما يفكرون فيه، لأن طبيعة الإنسان الاجتماعية، تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده، فكان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه، وآماله وآلامه وحاجاته، إلى غير ذلك.

والصحافة، بمعنى نقل الأخبار، قديمة قدم الدنيا وليست النقوش الحجرية في مصر والصين وعند العرب الجاهليين، وغيرهم من الأمم العريقة، إلا ضربا من ضروب الصحافة في العصور القديمة. ولعل أوراق البردي المصرية، من أربعة آلاف عام، كانت نوعا من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة.

وكانت الأخبار، في هذه العصور الأولى، خليطا من الخيال والواقع، تمشيا مع رغبات السامعين، بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلا، وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبي، الفولكلور. ولو صح ما قاله المؤرخ يوسف فلافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث، التي اعتمد عليها نيروز، في القرن الثالث قبل الميلاد، في كتابه "تاريخ الكلدانيين"، لتبين أن الصحافة، كظاهرة اجتماعية قديمة جدا، عرفت في العصور السحيقة.

ويقال أن الصحافة بدأت في صورة الأوامر، التي كانت الحكومات توفد بها رسلها مكتوبة، على ورق البردي، إلى كل إقليم.

وكان لهؤلاء الرسل محطات معينة يتجهون إليها، بما يحملون من الرسائل، لهم جياد في كل محطة. ومتى وصلت الرسالة إلى حاكم الإقليم، أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجأ، في بعض الأحيان، إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها.

استخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة، تنقش على كل واحد منها، نسخة من التبليغ، الذي تريده، ثم تبعث بها إلى حيث توضع، في المعابد، التي يكثر تردد الناس عليها. ومن هذه الأحجار، حجر رشيد المشهور، الذي كان وسيلة للوقوف على سر الكتابة المصرية، وقد وجدت من هذا الحجر - إلى منتصف القرن العشرين - نسختان، إحداهما أخذها الإنجليز، أثناء حملة بونابرت، ووضعوها في المتحف البريطاني، والثانية عثر عليها، بعد ذلك، وهي توجد الآن في المتحف المصري.

وكان حجر رشيد مكتوبا بثلاثة خطوط: اليوناني والديموطيقي والهيروغليفي، وهو يعود إلى عهد بطليموس الخامس، في نحو 196 قبل الميلاد. وكان الغرض من كتابته هو إذاعة قرار أصدره المجمع الديني، في مدينة ممفيس، فكان الخط اليوناني لليونانيين، والخط الديموطيقي لعامة الشعب، والخط الهيروغليفي للكهنة، وبذلك يمكن القول أن حجر رشيد كان جريدة واسعة الانتشار.

ولا يقتصر الأمر على مصر؛ ففي معرض الصحافة، في كولونيا بألمانيا عام 1928، توجد قطعة من الحجر عثر عليها في جزيرة كريت، ويرجع تاريخها إلى القرن الخامس ق م، نقش عليها باليونانية القديمة دعوة إلى وليمة. كما عثر على قطعة أخرى من الخشب، في أستراليا، يرجع تاريخها إلى أكثر من ألفي عام، وعليها دعوة إلى وليمة، كذلك،

وهذا يشبه ما تنشره الصحف، الآن، من أخبار الزواج، والولائم والدعوة إليها.

تعد الرسائل الإخبارية المنسوخة المظهر البدائي، أو الأولي للصحافة، منذ الحضارات الشرقية القديمة، وهناك أوراق مصرية من البردي الفرعوني يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد، تتضح فيها الحاسة الصحفية لإثارة الميول، عند القراء، وجذب انتباههم.

على واجهة معبد هيبس يوجد نقش فيه بنود قانون يحدد العلاقة بين الحاكم والمحكوم، ضمانا لسير العدالة، وإيضاحا لقواعد جباية الأموال، وإنذارا بالعقاب عن الجرائم المتفشية، وأهمها الرشوة، والبلاغ الكاذب.

ويؤكد المؤرخ يوسف فلافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث، شأنهم في ذلك، شأن الصحفيين في العالم الحديث. ولقد كان لبابل، في العصور القديمة، شهرة منف وطيبة، في مصر الفرعونية. وبلغت أوج مجدها، في عهد الملك حمورابي، عام 2100 ق م الذي تنسب إليه أول صحيفة ظهرت، في العالم، وهي مجموعة حمورابي للقوانين التي عدها علماء تاريخ القانون أول صحيفة لتداول القوانين، مثل صحيفة الوقائع المصرية، وغيرها من الصحف الرسمية، التي تنشر القوانين، واللوائح، والقرارات.

وعرفت معظم الحضارات القديمة، كحضارة الصين والإغريق والرومان، الخبر المخطوط، فقد أصدر يوليوس قيصر عقب توليه السلطة، عام 59 ق م، صحيفة مخطوطة اسمها اكتاديورنا actadurina أي "الأحداث اليومية". يكتب فيها أخبار مداولات مجلس الشيوخ، وأخبار الحملات الحربية، وبعض الأخبار الاجتماعية، مثل

الزواج والمواليد والفضائح، وأخبار الجرائم والتكهنات. وكان للصحيفة مراسلون، في جميع أنحاء الإمبراطورية، وكانوا غالبا من موظفي الدولة.

بدايات الصحافة في أوروبا

وفي أوروبا، في العصور الوسطى، كان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء ويعرضها في داره، حيث يحضر المواطنون للإحاطة بما فيها. وعندما ازداد النفوذ البابوي، أصبح القول الشفهي، والسبورة، غير كافيين؛ فنشأت النشرة العامة، وهي لون من الأوراق العامة، لعلها أصل الجريدة الرسمية الحالية؛ ومن ثم حلت النشرة الدورية، محل الحوليات الكبرى. استمر استخدام الرسائل الإخبارية المنسوخة، طوال العصور الوسطى، لخدمة التجارة، بين المدن الأوروبية المختلفة، وأصبحت مدينة "فيينا" مركزا لهذه الخطابات، وأصبح هناك كتاب، مهنتهم كتابة الأخبار، أو الرسائل الإخبارية، في جميع المدن الكبرى، وفي إنجلترا خاصة، ظهر ما يسمى بالوريقات الإخبارية News Sheets أثناء حرب الثلاثين (1618 ـ 1648).

وشكلت الرسائل الإخبارية المنسوخة، أو المخطوطة باليد، المظاهر الأولى للصحافة الأوروبية، خلال القرن الرابع عشر، في إيطاليا ثم في إنجلترا وألمانيا وكان يكتبها تجار الأخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية، ذات النفوذ الكبير، والمتعطشة إلى معرفة أهم أحداث العالم. وكان لهؤلاء التجار، مكاتب إخبارية جيدة التنظيم، ظلت تعمل لحسابهم، خلال القرن الخامس عشر، وجزء من القرن السادس عشر، وكان يوجد، في مدينة البندقية، مكاتب كثيرة من هذا النوع. وكذلك في سائر العواصم الأوروبية. وكان تاجر الأخبار

يستأجر العبيد، الذين يعرفون الكتابة، أو يشتريهم، ويملي عليهم ما جمعه، من أخبار، ليدونوها، ويعدوها للبيع والتوزيع على المشتركين، وخاصة رسائل الأخبار العامة، التي كانت تختلف عن رسائل المعلومات الخاصة الموجهة لكبار رجال السياسة والاقتصاد.

كان إخوان فوجرز أشهر تجار الأخبار جميعا، اتخذوا من مدينة اوجزيرج مقرا لهم، إلى جانب مكاتب إخبارية فرعية، في لندن، وباريس وغيرها، من العواصم الأوروبية، ومدنها الكبرى. وكان إخوان فوجرز متخصصين في أعمال المصارف؛ فنشروا، إلى جانب الأخبار السياسية والحزبية، أخبارا تجارية ومالية، ذات قيمة كبيرة للتجار ورجال المال.

بعد مرحلة الكتابة على ورق البردي، وغيره، ظهرت الكتابة على الصفحات الخشبية، إلى أن أمكن الطبع منها، باستخدام القوالب الخشبية، أو الطباعة القالبية. وكان للفينيقين بعد اختراع الورق، السبق مرة أخرى في اختراع الطباعة القالبية؛ وذلك بنقش الكتابة على لوح من الخشب، ثم تفريغ ما حول الكتابة، فتبقى الحروف بارزة، يوضع عليها الحبر، لكي يطبع منها العدد المطلوب، من النسخ. وكانت هذه هي الطريقة الشائعة في الصين كذلك، في القرنين الخامس والسادس الميلادي، ثم تطورت بعد أن اخترع بي شينج أول حرف من الفخار، في عهد شينج لي، في أواخر النصف الأول من القرن الحادي عشر. وفي الوقت نفسه، كانت الطبقات الأرستقراطية، في أوروبا، تنفر من هذا النوع، من الطباعة، فتمسكت بالكتب النادرة المنسوخة.

توصل الغرب، في القرن الخامس عشر الميلادي، إلى ما اهتدى إليه "بي شينج"، من صنع حروف متفرقة. وتطورت الفكرة الجديدة إلى أن ظهر أول مخترع للحروف المعدنية المنفصلة، في ألمانيا في منتصف

القرن الخامس عشر الميلادي، هو يوحنا جوتنبرج، الذي ولد في مدينة مينز الألمانية، عام 1400 ميلادي. لاحظ جوتنبرج أن القراءة والتعلم مقصورين على الأغنياء، من دون الفقراء، بسبب نظام النساخ، الذين ينسخون الكتابات، لقاء أجر كبير لا يقدر عليه إلا الموسرون، ومن ثم فكر جوتنبرج في تكرار النسخ، على نطاق واسع، من خلال اختراع حروف الطباعة المتفرقة والمسبوكة من المعدن، مما أحدث انقلابا فكريا لم يشهده العالم، من قبل؛ إذ بفضل هذا الاختراع، أمكن حفظ تراث الأجيال السابقة، وتمكين الأجيال اللاحقة من الانطلاق، في المعرفة، والعلم، وتطويع الطباعة، لخدمة الإنسان، في جميع أنشطته اليومية.

هناك رواية أخرى تقول إن المخترع الحقيقي رجل هولندي، يدعى لوران كوستر، نجح في صنع حروف، من قشور الأشجار، وطبع بها بعض الأشعار، ثم ابتكر حروفا منفصلة، من الرصاص والقصدير، عام 1423. وكان فاوست يعمل عنده، فسرق أدوات الطبع، وهرب بها، إلى امستردام، ثم إلى مينز بألمانيا وهناك تعرف على جوتنبرج، واشتركا معا في نشر هذا الفن.

ومن ثم، يكون يوحنا جوتنبرج هو مخترع الطباعة الحقيقي، في رأي أغلب الكتاب، وإن كانوا يسلمون كذلك، بأنه سبقه عدة محاولات، منها محاولة لوران كوستر الهولندي.

وقد ثبت أن أول كتاب، طبع بحروف منفصلة، هو الإنجيل، الذي طبع باللغة اللاتينية فيما بين 1452 و1455 ميلادية، بمدينة مينز، ويحمل اسم جوتنبرج. ويذكر المؤرخون أنه، بعد نجاح تلك التجربة، انهالت عليه طلبات الطبع، ثم انتشر استخدام الحروف

المنفصلة، في مدن ألمانيا حتى بلغ ما طبع بها، خلال أقل من خمسين عاما، نحو أربعين ألف مطبوع، يبلغ عدد نسخها ما يقرب من عشرين مليونا.

بعد نجاح فكرة الطباعة الحديثة، في ألمانيا انتقلت إلى دول أوروبا، في الفترة من عام 1456 إلى 1487 ميلادية، وكانت إيطاليا أولى الدول بعد ألمانيا في هذا المجال، ثم تلتها باقي الدول ثم انتقلت الطباعة إلى تركيا عام 1503، ثم عرفتها روسيا عام 1553، أما الولايات المتحدة فقد عرفتها عام 1836.

أمكن، بعد ذلك، طباعة عدد كبير من النسخ، من الخبر الواحد، مما يسر وصول الخبر إلى أكبر، عدد، من القراء، إضافة إلى ما توفره الطباعة، من وقت وجهد.

على الرغم من اختراع الطباعة، ظلت الرسائل الإخبارية، المنسوخة باليد، باقية حتى مطلع القرن الثامن عشر، أي بعد اختراع الطباعة، بثلاثة قرون. وكانت هذه الرسائل تسد فراغا كبيرا، لا يمكن أن تسده الصحافة المطبوعة، في ذلك الحين؛ لأن القيود الحكومية، والرقابة الصحفية، وقوانين النشر المختلفة، كانت تنصب على المطبوعات فقط؛ مما جعل لهذه الرسائل الإخبارية المنسوخة أهمية كبرى، وخاصة عندما تكون الحكومة شديدة في رقابتها، أو عندما تصادر المطبوعات، أو تعطلها.

كما تقدمت منشورات المناسبات الخبرية المخطوطة، خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وأدى المخبرون، إلى جانب الصحفيين، دورا كبيرا في تأمين الأخبار، وشكلوا، حتى عام 1789، شبكات إخبارية تكمل شبكات الصحافة الخبرية المطبوعة، وغدت

الجرائد المخطوطة، والصور، والتقويمات، حتى منتصف القرن التاسع عشر، أدبا شعبيا تتناقله الطبقات الشعبية وكان له تأثير يفوق الخبر المطبوع. ولكن، في نهاية القرن التاسع عشر، انتشار المطابع، ورخص ثمن الصحف الشعبية، وارتفاع توزيع المطبوع منها، إلى اختفاء الخبر المخطوط نهائيا.

ساعد، على انتشار النشرات الخبرية المطبوعة، تزايد اهتمام الناس بأخبار المستعمرات، عقب الكشوف الجغرافية، ثم وقوع الحروب التركية والإيطالية، التي اشتركت فيها غالبية دول أوروبا، وظهور حركة مارتن لوثر الدينية، وازدهار عصر النهضة، ثم ما كان من سيطرة الطبقة البورجوازية، على الحياة الأوروبية، وتزايد الحريات.

بدأ ظهور الخبر المطبوع، عندما أصدرت بعض دور النشر نشرات مطبوعة، بأرقام مسلسلة، ولكن بشكل غير دوري، ثم ظهرت، بعد ذلك، نشرات إخبارية مطبوعة في شكل أحداث سنوية منتظمة الصدور، متضمنة بعض المعلومات الفلكية. واستمر ذلك، حتى عام 1470، ثم ظهرت نشرات تصدر، كل ستة أشهر، في فرانكفورت عام 1588، أصبحت شهرية، ثم صدرت أسبوعية بصورة منتظمة.

كانت هذه النشرات الأسبوعية تصدر، بمقتضى امتياز تمنحه الدولة، أو المدينة، مقابل فرض الرقابة عليها. وكانت تنشر، من دون تعليق على الأخبار الخارجية، وخاصة السياسية والعسكرية منها، وكان محظورا عليها نشر الأخبار الداخلية. وتعد فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية، فعندما تولى ريشليو مقاليد السلطة، أدرك فائدة الصحافة، وأثرها على الرأي العام، ووجد في تيوفراست رينودو الرجل، الذي يمكن الركون إليه، في مثل هذا المجال، وفي عام 1631

أصدر رينودو الجازيت، التي عرفت باسم جازيت دي فرانس، وكانت لا تنشر المقالات، بل أخبارا، من كل لون، الداخلية منها والخارجية، بأسلوب مقتضب، أسوة بالأخبار الموجزة، التي تنشرها بعض الصحف اليومية، في الوقت الحاضر، وحذت معظم دول أوروبا حذو فرنسا فأنشأت صحفا رسمية.

وفيما عدا هولندا، وإنجلترا لم تظهر صحافة حرة، في أوروبا، إلا بعد انقضاء قرنين من الزمن؛ ففي إنجلترا ظهرت الصحف، لأول مرة، بين 1641 و1643، ولكنها كانت قصيرة المدى. ولما جاء البرلمان وضع لها نظاما، إلا أن كرومويل، وأسرة ستيوارت، أعادا مرة أخرى، الامتياز والرقابة، فأصبحت الأقاليم المتحدة (هولندا)، هي الملجأ الوحيد للصحافة الحرة، مدة خمسين عاما.

وفيما عدا الجازيتات الهولندية، فقد ظلت جميع الصحف خاضعة للرقابة، ولإرادة الملوك والأمراء. أما صحافة الإنجليز، فتمتعت بالحرية، وزالت عنها الرقابة، منذ عام 1695؛ فأصبح للصحافة طابع خاص، وأخذ تأثيرها يتزايد مع الأيام.

ظهرت أول صحيفة إنجليزية يومية، عام 1702، وأطلق عليها صاحبها اسم الدايلي كورانت. أما في فرنسا فقد ظهرت الصحيفة اليومية الأولى، عام 1777، باسم جورنال دي باريس.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد ظهرت أول صحيفة عام 1690 في بوسطن وهي صحيفة ذي بابليك أوكورنس The Public Ocurrence. وفي عام 1704 ظهرت صحيفة ذي بوسطن نيوزليتر News Letter. وفي عام 1728 ظهرت صحيفة بنسلفانيا جازيت، التي أصدرها بنيامين فرانكلين، في فيلادلفيا. وفي البداية، كانت الصحف

الأمريكية تنقل أكثر مادتها وأخبارها من الصحف الإنجليزية، لكنها بدأت تقلل من ذلك، بعد حرب الاستقلال الأمريكية. وقد لعبت الصحافة الأمريكية دورا كبيرا، في الدعوة إلى حرب الاستقلال الأمريكية عن إنجلترا عام 1776. وقد تمتعت الصحافة الأمريكية، منذ بدايتها، بحرية نسبية دعمها التعديل الدستوري، عام 1791.

وساعد إنشاء الخدمات البريدية على رواج الرسائل الإخبارية المنسوخة، ثم الصحف المطبوعة فيما بعد. وكان الغرض، من إنشاء الخدمة البريدية، هو جمع الخطابات والصور، في مكان معين، ونقلها، بسرعة وانتظام، إلى المرسل إليه، لقاء أجر معلوم. وكان انتظام الخدمات البريدية سببا مبكرا، في تطور الصحافة الإخبارية، وسعة انتشارها. وكانت مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد. ويلاحظ أن سبب انتشار الصحف الصادرة، ثلاث مرات أسبوعيا، هو أن الخدمات البريدية كانت توزع، ثلاث مرات أسبوعيا، ولم يكن من الميسور إصدار الصحافة اليومية، لولا تقدم الخدمات البريدية. ومن الطريف أن معظم الصحف كانت تحمل اسم البريد، مثل Flying Post البريد الطائر، وWeekly Messenger البريد الأسبوعي، والـ Evening Post البريد المسائي، وNight Post البريد الليلي، وغيرها.

على الرغم من أن نشأة الخدمات البريدية كان نعمة، على الصحافة الإخبارية، إلا أنه يعيب ذلك أن المسؤولين في البريد كانوا يحتكرون الأخبار الخارجية، ويتصرفون فيها كما يشاءون. وكان أصحاب الصحف يدفعون، لمديري البريد، اشتراكات سنوية، نظير الحصول على ترجمة ملخصة للصحف الواردة، من الخارج، كما كان بعض مسؤولي البريد يرتشون، مقابل تفضيل بعض الصحف على

غيرها، وإعطائها الأولوية، في تسليم الأخبار، مما جعل جون والتر، رئيس تحرير جريدة التايمز اللندنية، على سبيل المثال، يعين مراسلين لصحيفته، في الخارج، لكي يحبط مؤامرات رجال البريد، غير أن رجال البريد، كانوا يستولون على الرسائل الواردة، من مراسلي التايمز، ويطلعون على ما فيها، وكثيرا ما كانوا يعمدون إلى تأخير وصولها للجريدة.

وعندما كشفت صحيفة التايمز ألاعيب رجال البريد، ونشرتها، عام 1807، رفع الأمر إلى القضاء، وحكم على الصحيفة بغرامة قدرها مائتا جنيه تعويضا واعتذارا للبريد! ولما عاودت التايمز هجومها، مرة أخرى، بعد ثلاثة أسابيع، وعرض الأمر على النائب العام، أمر بحفظ التحقيق، وعدم تقديم الصحيفة للمحاكمة.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية كان إصدار الصحف مرتبطا بمدير البريد؛ فقد أصدر جون كامبل، مدير البريد في بوسطن صحيفة بوسطن نيوز ليتر، كما أصدر خلفه، وليم بروكر، صحيفة باسم بوسطن جازيت. وتعاقب على إصدار تلك الصحيفة خمسة، من مديري البريد، على التوالي، ابتداء من بروكر.

صحافة القرن الثامن عشر

كانت إنجلترا سباقة، في هذا القرن، في نهضة الصحافة، إذ ظهرت فيها أول صحيفة يومية منتظمة، عام 1702، هي جريدة دايلي كورانت. كما كانت الصحافة الأمريكية سباقة إلى الاستعانة بما يدفعه التجار، من مال، ثمنا للإعلانات.

وفي عام 1746 أسس فيلدنج جريدة كوفنت جاردن جورنال، وخصص فيها بابا جديدا لنشر وقائع جلسات المحاكم التأديبية. وما

زالت صحف لندن، إلى اليوم، تنشر تفاصيل القضايا اليومية، في المحاكم، بصورة تزيد على ما تنشره الجرائد الفرنسية أو غيرها. ثم ظهرت، بعد ذلك، بخمسة عشر عاما، أولى المقالات، التي تناولت شؤون المسرح. وكانت تضم إعلانات بسيطة، عن المسرحيات، مع تحليل لها. أما وقائع جلسات مجلس النواب فبدأ نشرها بشكل منفصل، عام 1728 ـ 1729، في صحيفة بابليك أدفيرتيزر Public advertiser، ولم يظهر النقد بمعناه الصحيح، إلا في عام 1780.

وفي عام 1785، أسس جون والتر الثاني جريدة "التايمز" الشهيرة، التي لا تزال تصدر، في لندن، إلى اليوم. ولكن دأبت الحكومة على مناوأتها، مما اضطر صاحبها إلى استخدام سفنه الخاصة، في نقل البريد، وتوزيع الصحيفة، ونقل مراسليه، وبذلك يكون أول من استخدم البخار في خدمة النشر. هوة سحيقة في حرية الصحافة

وفي الوقت، الذي تمتعت فيه، الصحافة الإنجليزية، خلال القرن الثامن عشر، بحرية، أقرها البرلمان، ووافق عليها رؤساء الأحزاب. كانت الهوة سحيقة، بين الصحافة الإنجليزية، التي تخلصت من الرقابة، منذ عام 1695، وبين صحافة القارة الأوروبية؛ فبينما وصلت الأولى، بعد نضال مرير، إلى تدعيم استقلالها ودعم حريتها، بقيت الثانية، باستثناء النشرات الإخبارية المطبوعة (الغازينات) خاضعة لأهواء الرقابة، ولنزوات الحكام. كانت الصحافة الفرنسية، مثلا، تعاني من الحجر السياسي، الذي فرضته عليها الحكومة الملكية، كما تعاني من الحجر التجاري، الذي فرضه عليها الاحتكار: احتكار صحيفة جازيت دي فرانس للأخبار السياسية، واحتكار ميركور دو فرانس

للأنباء الأوروبية والاجتماعية، واحتكار جورنال دي سافان للأخبار العلمية.

وبدأ الشعب الفرنسي عامة، والباريسي خاصة، يتخلص من الوصاية التي فرضت عليه، أيام حكم لويس الرابع عشر، على الرغم من بقاء النظم والقوانين سارية، إلا أن التقاليد والعادات أخذت في التطور، وتطلع الفرنسيون إلى معلومات أكثر نضوجا، ونقدا أكثر جرأة، لذلك لم تعد الصحف الفرنسية تكفي لإرضائهم.

وبدأ الأمر بإدخال بعض التعديلات على الاحتكار؛ فسمحت السلطات بتصريحات ضمنية، أو صريحة بتأسيس صحف جديدة، بعد أن تدفع هذه الصحف مبلغا من المال إلى الدورية صاحبة الامتياز، نظير تنازلها عن بعض احتكارها. وحظيت صحف أخرى بحق الطبع خارج فرنسا ثم الدخول إليها، نظير دفع مبلغ من المال إلى خزانة وزارة الخارجية. وتحايل ناشرون، أكثر ذكاء، على القانون والاحتكار، بأن انتهزوا فرصة تساهل الحكومة معهم، وعمدوا إلى تحرير، صحفهم في باريس، على أن ينسبوا نشرها إلى مكان ما، في الخارج.

ولكن إذا كان الاحتكار قد تحطم، بهذه الطريقة، فإن الرقابة ظلت على ما هي عليه، من الصرامة والقسوة، على أنه كلما توالت الأيام والسنون، في القرن الثامن عشر، كان الكتاب يزدادون جرأة، وكانت الحكومة تزداد تهاونا وضعفا. وإذا كانت الصحافة الفرنسية لم تستطع أن تلعب الدور الأول في التغيير، بعد أن تهيأت لها الظروف لذلك، بسبب أنفة الفلاسفة والمفكرين من العمل فيها، إلا أنها لعبت دورا كبيرا في القضاء على عيوب العهد القديم في فرنسا خلال القرن الثامن عشر.

يرى المؤرخون أن الولايات المتحدة هي الدولة الوحيدة، التي لم تضطهد الصحافة في ذلك العصر، وهي، وإن كانت أكثر الدول حداثة، إلا أنه توجد فيها أقدم الصحف. وكان أول من أدخل المطبعة، إلى أمريكا، هو توماس جرين. وشهدت بوسطن عام 1704، صحيفة بوسطون نيوزليتر، الأسبوعية، التي أسسها جون كامبل، في ورقة واحدة، من الحجم المتوسط؛ وكان ذلك بداية لطور جديد، في صحافة المستعمرات، فبعد أن كانت الصحافة هواية، بدأت تدخل في طور الاحتراف، وبعد أن كانت معظم الصحف المنتظمة الصدور شهرية، شهدت بوسطن أول صحيفة أسبوعية منتظمة، تنشر في أمريكا كلها.

ولقد لعبت صحافة بوسطن الدور الأول، في تاريخ الصحافة، في الولايات المتحدة، وازدهر النشاط الصحفي فيها، حتى قيام الثورة الأمريكية. إلى جانب ذلك، ظهرت الصحافة في المستعمرات الوسطى والجنوبية، وأسهمت الصحافة الأمريكية، في دعم الثورة، حتى تحقق الاستقلال، وتمت الوحدة، ورفع العلم الأمريكي، في واشنطن عام 1776.

صحافة القرن التاسع عشر

مع القرن التاسع عشر، تطورت الخدمات الصحفية، وظهر العديد، من المستحدثات التكنولوجية، في مجال الإنتاج، والمعالجة وإرسال المعلومات.

ووصل تطور الخدمات الصحفية، في النصف الأول، من القرن التاسع عشر، إلى درجة التفوق على الخدمات الحكومية؛ فوكالة رويترز البريطانية، مثلا، كانت تحصل على المعلومات والأخبار قبل أن تحصل عليها الحكومة. وجريدة جورنال اوف كومورس Journal of

Commerce الأمريكية كانت تسبق الحكومة الأمريكية، في معرفة الأنباء، وتنقلها، بين بوسطن ونيويورك عبر مساحة تبلغ 227 ميلا. ولكنها كانت تحتاج إلى عشرين ساعة، من المواصلات، في ذلك الوقت.

ومن ناحية أخرى، تفتقت أذهان الصحفيين عن حيل عديدة، للتغلب على عقبات المسافات البعيدة. ففي عام 1837، نظم الصحفي الأمريكي د.اش.كرايج أسرابا من الحمام، يزيد عددها على الخمسمائة، لنقل الرسائل، بين مدن فيلادلفيا، وواشنطن ونيويورك وبوسطن ومن الطريف أنه أعد مهبطا لها، فوق سطح مبنى صحيفة نيويورك صن. ويذكرنا ذلك بالصحف الحديثة، في أوروبا وأمريكا، التي يقام، على أسطح مبانيها، مهابط للطائرات العمودية، التي يستخدمها مندوبو المستقبل في أعمالهم الصحفية. وقد كانت وكالات الأنباء، في أول إنشائها، تستخدم الحمام الزاجل، لنقل أخبارها.

ثم جاء اختراع التلغراف، عام 1837، على يد، ف. بي. مورس؛ فكان بمثابة ثورة، في عالم الاتصال، غيرت وجه الفن الصحفي، وجعلت تطور وكالات الأنباء حقيقة مؤكدة. وما لبث كبار الصحفيين أن أدركوا خطورة التلغراف، وأثره على نقل الأخبار. فيقول جيمس جوردون بنيت، في مقال له، عام 1844، بصحيفة نيويورك هيرالد: "إن نقل الأخبار بالتلغراف سوف يوقظ الجماهير كلها، ويجعلها أكثر اهتماما بالمسائل العامة، وسوف يصبح، للمفكرين، والفلاسفة، والمثقفين جماهير أكثر عددا، وأشد إثارة، وأعمق فكرا، من أي وقت مضى".

ولم يكد يبدأ استخدام التلغراف، في إنجلترا عام 1845، حتى بدأت الأسلاك تمتد بين سائر المدن. وفي عام 1851 ارتبطت فرنسا بإنجلترا تلغرافيا، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت سطح البحر، بين كيب جرينية ودوفر. وما أن أتى عام 1852، حتى بلغ طول الخطوط التليفونية، في الولايات المتحدة الأمريكية 16735 ميلا. زادت إلى 50 ألف ميل، عام 1860، ووصل إلى 110727 ميلا، عام 1880. وفي عام 1858، ارتبطت أوروبا بأمريكا، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت مياه المحيط الأطلسي، غير أنه انقطع عن العمل بعد الرسالة الرقم 269.

ومن الطريف أن أول برقية أذيعت، على هذا الخط كانت رسالة تهنئة، موجهة من الملكة فيكتوريا، إلى الرئيس الأمريكي بوكنان، الذي لم يصدق الأمر، وظن أن المسألة خدعة، ولكنه رد على الملكة عندما أكد له المسؤولون إن الاختراع حقيقة واقعة. وأعيد مد هذا الخط العابر للمحيط الأطلسي، في 28 يوليه 1866، واستخدمته الصحافة، على نطاق واسع. وفي العقد السابع، من القرن الماضي، جرى الاتصال، برا وبحرا، بين بريطانيا والهند واليابان كما امتدت الخطوط، بين أمريكا وجزر الهند الغربية، من جهة، وبينها وبين أمريكا الجنوبية، من جهة أخرى، ولما كانت تكاليف إنشاء هذه الخطوط باهظة للغاية؛ فقد استلزم الأمر تضافر الجهود لإنشاء الاتحادات والوكالات، التي تستطيع أن تغطي تلك المصروفات.

وفي عام 1875، اخترع الكسندر جراهام بيل التليفون؛ فكان بمثابة دفعة قوية، وقفزة رائعة للفن الصحفي، بوجه عام، ولنقل الأخبار، عن طريق الوكالات، بوجه خاص. ومنذ عام 1927، أصبح

التليفون عاملا مهما ورئيسيا، لنقل الأخبار، عبر المسافات الطويلة، عن طريق دوائر تربط القارات سلكيا ولاسلكيا. وأصبحت المدن البعيدة تتصل، ببعضها البعض، في دقائق معدودات، بعد أن كان يستغرق شهورا وسنوات. وخاصة بعد أن امتدت خطوط المواصلات عبر المحيط الهادي.

يعد اختراع الراديو أخطر ثورة، في تاريخ الاتصال، بين القارات، انعكس ذلك، بشكل واضح، على الوكالات. ويرجع اختراع الراديو إلى ماركوني، الذي تمكن، في عام 1896، من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال، لأول مرة، في التاريخ، وتلاه آخرون، في تطوير استخدامه، مثل فيسبندن، الذي أرسل، عام 1906، رسائل لاسلكية مختصرة، إلى السفن، في البحار، مصحوبة ببعض القطع الموسيقية مع التهنئة بحلول عيد الميلاد.

واستخدم التليفون اللاسلكي، في أول الأمر، بطريقة بدائية جدا، إلا أنه أخذ، في التطور، حتى أصبح حقيقة واقعة، عمليا، مع بداية عام 1900، عندما صنع جهاز إرسال تليفوني لاسلكي، وبنيت أول محطة إذاعة، قرب نيويورك ليلة عيد الميلاد، عام 1906، استمع إليها عدد كبير خلال أجهزة استقبال. ولقد كان لهذه المحاولة أهميتها، على الرغم من أن الموسيقى كانت غير واضحة، عند استقبالها، لدرجة يستحيل معها تمييز الآلات الموسيقية المستخدمة، عن بعضها، أو الآلات الموسيقية، عن صوت المغني، في الأغنية المذاعة.

كان اختراع صمام الراديو هو الخطوة التالية المهمة، في تطوير أجهزة الإرسال اللاسلكية، وتلي ذلك قيام دي فورست باستخدام برج إيفل، في مارس 1908، للإرسال الإذاعي.

وقد جذبت محاولاته التالية أنظار الجماهير، حتى عام 1917، عندما اشتركت الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب العالمية **الأولى**. وشارك دي فورست، وآخرون، في تطوير الإذاعة الصوتية وتحسينها، منهم أمير موناكو، الذي كان يبث إذاعته، من يخته، عام 1913، **إلا** أن هذه الإذاعات كانت ضعيفة الالتقاط في بداية الأمر.

وكان نشوب الحرب العالمية الأولى سببا في تعطيل تقدم الإذاعة، إلى حد كبير؛ فقد سيطرت الحكومات على جميع المحطات اللاسلكية، كما منعت محطات الهواء، واقتصر البث على الأخبار العسكرية.

تاريخ الصحافة

أول الصحف التي صدرت في أوروبا هي "السجل اليومي للأخبار" وقد أصدرها الإمبراطور الروماني يوليوس قيصر عقب توليه السلطة في كانون الثاني \ يناير من عام 58 ق م وكثيرا ما سماها بعض الكتاب اللاتينيين "سجل أخبار الشعب" لأنها كانت في خدمة الشعب، حيث كانت تنشر في أول عهدها الكثير من أخبار جلسات مجلس الشيوخ. لكنها ما تلبث أن أخذت تتناول أخبارا متنوعة وأصبحت تشبع رغبات الجمهور في مختلف الميادين كالأخبار القضائية وأخبار الحروب ومتنوعات اجتماعية كثيرة. وكان مراسلو الصحيفة في الخارج يوافونها بأخبارهم في رسائلهم الإخبارية وكانت تنشر بإخراج رديء

الصحافة العالمية

اوليات في الصحافة الغربية:

أول صحيفة في ألمانيا

أول صحيفة أو نشرة أخبارية ظهرت في أوروبا سنة 1470 في مدينة كولن الألمانية.

أول صحيفة في فرنسا

جريدة "لاغازيت" لصاحبها تيوفراست رينودو كانت أول صحيفة تصدر في فرنسا، وذلك في 30 أيار \ مايو 1630 وقد جعلها في خدمة بلاط الملك لويس الرابع عشر.

أول صحيفة في بريطانيا

الديلي كورانت هي أولى الصحف اليومية التي ظهرت في إنجلترا عام 1702.

أول صحيفة في أمريكا

أول من ادخل المطبعة إلى أمريكا هو توماس غرينو قد نشأت فيها أول صحيفة في عام 1703 وهي صحيفة "بوسطن نيوزليتر".

أول من اهتم بجمع الجرائد

أول من اعتنى بجمع الجرائد في العالم هو البلجيكي أندرواس وروزي وهو أول من كتب عن الصحافة وقد ألف كتاب في 300 صفحة عن تاريخ صحافة بلجيكا في عام 1605 وحتى 1844 م.

أما أول تأسيس للمولعين بجمع الصحف فكان في بروكسل في عام 1893 وفي نفس العام أيضا أقيم أول معرض للجرائد في المدينة نفسها.

الصحافة العربية

بدأت الصحافة العربية منذ العقد الثاني من القرن التاسع عشر، حينما اصدر الوالي داوود باشا أول جريدة عربية في بغداد اسمها جورنال عراق، باللغتين العربية والتركية، وذلك عام 1816، بعدها ومع حملة نابليون بونابرت على مصر عام 1798، حيث أصدرت في القاهرة صحيفتين باللغة الفرنسية. في عام 1828 أصدرمحمد علي باشا صحيفة

رسميــة باســم جريــدة الوقــائع المصــرية، وفي عــام 1867 صــدرت في دمشق جريدة سوريا، وعام 1865 صدرت في حلب ب سورية جريدة فرات وبعدها صدرت في حلب كذلك الشهباء، وجريدة الفي عام 1885 أصدر رزق الله حسون في استنبول جريدة عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية. وفي بداية القرن العشرين كثر عدد الصحف العربية وخصوصا في سورية ومصر، فصدرت المؤيد واللواء والسياسة والبلاغ والجهاد والمقتبس وغيرها. ومن الصحف القديمة والتي لا زالت تصدر في مصر جريدة الأهرام والتي صدرت لأول مرة في عام 1875.

- الجزائر صدرت جريدة المبشر عام 1847 وكانت جريدة رسمية فرنسية، ثم صدرت جريدة كوكب أفريقيا عام 1907 وكانت أول جريدة عربية يصدرها جزائري.
- لبنان صدرت جريدة حديقة الأخبار عام 1858. تم تبعها العديد من الصحف منها نفير سوريا والبشير، وحاليا تصدر جريدة النهار والأنوار والعديد من الصحف والمجلات الأخرى.
- تونس صدرت جريدة باسم الرائد التونسي عام 1860.
- سوريا بدمشق صدرت جريدة سوريا عام 1865، ثم تبعها العديد من الصحف منها غدير الفرات والشهباء والاعتدال في حلب وصدرت صحف كثيرة في دمشق وحلب وحمص وحماة واللاذقية وصلت إلى أكثر من 300 جريدة ودورية.
- ليبيا صدرت أول جريدة طرابلس الغرب عام 1866.
- العراق جورنال عراق 1816، ثم صدرت صحيفة الزوراء عام 1869 تبعها عدة صحف منها جريدة الموصل والبصرة وبغداد والرقيب.

- (كوردستان) صدرت أول صحيفة كوردية باسم (كوردستان في 1898/4/22، والآن يصدر في كوردستان العراق مئات الصحف والمجلات كا (التآخي، خة بات (النضال)، كوردستانى نوى (كوردستان الجديدة، هاولاتي (المواطن)، رة سة ن (الاصالة) وغيرها
- المغرب صدرت جريدة المغرب عام 1889.
- فلسطين صدرت جريدة النفير عام 1908.
- الأردن صدرت أول جريدة في معان باسم الحق يعلو عام 1920.
- المملكة العربية السعودية صدرت أول جريدة رسمية باسم جريدة القبلة ثم غير اسمها إلى جريدة ام القرى عام 1924.
- اليمن صدرت جريدة الأيمان عام 1926.
- الكويت صدرت جريدة الكويت عام 1928.
- البحرين صدرت جريدة البحرين عام 1936.
- قطر صدرت أول جريدة - جريدة العرب عام 1972 م
- السودان:صدرت (الغازيته) في العام 1898 م باللغة الإنجليزية كنشرة قانونية تهتم بالقوانين التي اصدرتها الإدارة البريطانية وما زالت تواصل الصدور حتى الآن. وتعتبر البداية الحقيقية للصحافة السودانية بصدور صحيفة السودان عام 1903 م التي اصدرها اصحاب صحيفة المقطم بمصر وظلت تصدر مرتين في الاسبوع حتى العام 1941 م.

حرية الصحافة وجرائم الصحافة والانترنت

حرية الصحافة (أو الصحافة الحرة) هي الضمانة التي تقدمها الحكومة لحرية التعبير وغالبا ما تكون تلك الحرية مكفولة من قبل دستور البلاد للمواطنين. وتمتد لتشمل مؤسسات بث الأخبار

وتقاريرها المطبوعة. وتمتد تلك الحرية لتشمل جمع الأخبار والعمليات المتعلقة بالحصول على المعلومات الخبرية بقصد النشر. وفيما يتعلق بالمعلومات عن الحكومة فلا تتدخل الحكومة في حرية الصحافة إلا ما يتعلق بشؤون الأمن القومي.

مبادئ أساسية ومعايير:-

حرية الصحافة بالنسبة للعديد من البلدان تعني ضمنا بأن من حق جميع الأفراد التعبير عن أنفسهم كتابة أو بأي شكل آخر من أشكال التعبير عن الرأي الشخصي أو الإبداع. وينص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن: "لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير، ويتضمن هذا الحق حرية تبني الآراء من دون أي تدخل والبحث عن وتسلم معلومات أو أفكار مهمة عن طريق أي وسيلة إعلامية بغض النظر عن أية حدود".

وعادة ما تكون هذه الفلسفة مقترنة بتشريع يضمن حرية النشر والطباعة إلا حدود تمس الأمن القومي، فالصحافة إعلام وتنوير وليس تضليل وإشاعلا. أما عمق تجسيد هذه القوانين في النظام القضائي من بلد لآخر فهي تصل إلى حد تضمينها في الدستور. غالبا ما تغطى نفس القوانين مفهومي حرية الكلام وحرية الصحافة مايعني بالتالي معالجتها للأفراد ولوسائل الإعلام على نحو متساو.

والى جانب هذه المعايير القانونية تستخدم بعض المنظمات غير الحكومية معايير أكثر للحكم على مدى حرية الصحافة في مناطق العالم. فمنظمة صحفيون بلا حدودتأخذ بعين الاعتبار عدد الصحفيين القتلى أو المبعدين أو المهددين ووجود احتكار الدولة للتلفزيون والراديو إلى جانب وجود الرقابة والرقابة الذاتية في وسائل الإعلام والاستقلال

العام لوسائل الإعلام وكذلك الصعوبات التي قد يواجهها المراسل الاجنبي. أما منظمة بيت الحرية Freedom House فتدرس البيئة السياسية والاقتصادية الأكثر عمومية لكل بلد لغرض تحديد وجود علاقات إتكالية تحد عند التطبيق من مستوى حرية الصحافة الموجودة نظريا من عدمه. لذا فإن مفهوم استقلال الصحافة يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم حرية الصحافة.

ميثاق الصحفيين يماثل ميثاق الأطباء، يلتزم بالأمانة والخلق الحسن واحترام الذات واحترام المهنة. في بعض البلاد تنظف نقابة الصحفيين نفسها بنفسها وتحذير المخالف بل وإيقافه.

الصحافة كسلطة رابعة

يستخدم مفهوم الصحافة كسلطة رابعة لمقارنة الصحافة (وسائل الإعلام عموما) بفروع مونتيسيكيو الثلاثة للحكومة وهي: التشريعية والتنفيذية والقضائية. وقد قال إدموند بروك بهذا الصدد: "ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف في البرلمان، ولكن هناك في قاعة المراسلين تجلس السلطة الرابعة وهي أهم منكم جميعا". إن تطور الإعلام الغربي كان موازيا لتطور الليبرالية في أوروبا والولايات المتحدة. وقد كتب فرد. س. سايبرت في مقالة بعنوان النظرية الليبرالية لحرية الصحافة: "لفهم المباديء التي تحكم الصحافة في ظل الحكومات الديمقراطية، ينبغي للمرء أن يفهم فلسفة الليبرالية الأساسية والتي تطورت طوال الفترة بين القرن السابع عشر والقرن التاسع عشر". لم تكن حرية التعبير حقا تمنحه الدولة بل حقا يتمتع به الفرد وفق القانون الطبيعي. لذا كانت حرية الصحافة جزء لا يتجزء من الحقوق الفردية للإنسان التي تدعمها الآيديولوجيا الليبرالية. إن الفكرة الليبرالية للحرية

تتمثل في الحرية السلبية أو بمعنى آخر على أنها الخلاص من الاضطهاد، حرية الفرد في التطور من دون معوقات. وتعتبر هذه الفكرة مضادة لبعض الفلسفات مثل الفلسفة الاشتراكية للصحافة.

مكانة حرية الصحافة في أنحاء العالم

تقوم منظمة مراسلون بلا حدود كل عام بنشر تقريرها الذي تصنف فيه بلدان العالم وفق شروط حرية الصحافة. ويستند التقرير على نتائج الاستبيانات المرسلة إلى الصحفيين الإعضاء في منظمات مماثلة لـ "مراسلون بلا حدود" بالإضافة إلى بحوث الباحثين المختصين والقانونيين والنشطاء في مجال حقوق الإنسان. يتضمن الاستبيان أسئلة حول الهجمات المباشرة على الصحفيين ووسائل الإعلام بالإضافة إلى مصادر الضغط الأخرى على حرية الصحافة مثل الضغط على الصحفيين من قبل جماعات غير حكومية. وتولي مراسلون بلا حدود" عناية فائقة بأن يتضمن تقرير التصنيف أو "دليل حرية الصحافة" الحرية الصحفية وأن يبتعد عن تقييم عمل الصحافة في عام 2003 كانت الدول التي تتمتع بصحافة حرة تماما هي فنلندا، آيسلندا، هولندا، النرويج. وفي عام 2004 احتلت إلى جانب الدول المذكورة دول الدنمارك وأيرلندا وسلوفاكيا وسويسرا أعلى قائمة الدول ذات الصحافة الحرة وتلتها نيوزلندا ولاتفيا. أما الدول الأقل في مستوى حرية الصحافة 2006 فقد تقدمتها كوريا الشمالية لتليها كوبا وبورما وتركمانستان وأريتيريا والصين وفيتنام وال نيبال والسعودية وإيران.

الدول غير الديمقراطية

وفقا لتقارير "مراسلون بلا حدود" فإن ثلث سكان العالم يعيشون في بلدان تنعدم فيها حرية الصحافة. والغالبية تعيش في دول ليس

فيها نظام ديمقراطي أو حيث توجد عيوب خطيرة في العملية الديمقراطية. تعتبر حرية الصحافة مفهوما شديد الإشكالية لغالبية أنظمة الحكم غير الديمقراطية، سيما وان التحكم بالوصول إلى المعلومات في العصر الحديث يعتبر أمرا حيويا لبقاء معظم الحكومات غير الديمقراطية ويصاحبها من أنظمة تحكم وجهاز أمني. ولتحقيق هذا الهدف تستخدم معظم المجتمعات غير الديمقراطية وكالات إخبارية تابعة للحكومة لتوفير الدعاية اللازمة للحفاظ على قاعدة دعم سياسي وقمع (وغالبا ما يكون بوحشية شديدة عن طريق استخدام أجهزة الشرطة والجيش ووكالات الاستخبارات) أية محاولات ملحوظة من قبل وسائل الإعلام أو أفراد لتحدى "خط الحزب" الصحيح في القضايا الخلافية. وسيجد الصحافيون العاملون في هذه البلدان على حافة المقبول أنفسهم غالبا هدفا لتهديدات متكررة من قبل عملاء الحكومة. وقد تتراوح هذه المخاطر بين تهديدات بسيطة على مستقبلهم المهني (الطرد من العمل، وضع الصحفي على القائمة السوداء) لتصل إلى التهديد بالقتل والخطف والتعذيب والاغتيال. وقد اعلنت "مراسلون بلا حدود" أن 42 صحفيا قتلوا في عام 2003 أثناء تأديتهم لواجبهم كما أودع في نفس العام 130 صحفيا السجون بسبب نشاطاتهم المهنية.

نظرة تاريخية

الثورة الإنجليزية في عام 1688 نتج عنها سيادة البرلمان على التاج وفوق كل شيء حق التطور. كان جون لوك الملهم الرئيس لليبرالية الغربية. لأنه قرر منح بعضا من حقوقه الأساسية في الدولة الطبيعية (الحقوق الطبيعية) للصالح العام، فقد وضع الفرد بعضا من حقوقه في عهدة الحكومة. ودخل الناس عقدا اجتماعيا مع صاحبة السيادة (أو بمعنى آخر الحكومة) تضمن بنودا لحماية هذه الحقوق الفردية نيابة عن

الناس حسبما كتبه جون لوك في كتابه اتفاقيتا الحكومة. كان لدى إنكلترا ولغاية العام 1694 نظاما مفصلا لمنح الإجازات. ولم يكن بالإمكان نشر أي منشور بدون رخصة من الحكومة. وقبل خمسين عاما أثناء الحرب الأهلية كتب جون ميلتون كراسه المعنون Areopagitica. وقد انتقد ميلتون في كراسه ذاك نظام الرقابة الذي تفرضه الحكومة وسخر من تلك الفكرة حينما كتب يقول "فيما يمكن للمدينين والجانحين أن يسافروا إلى خارج البلاد من دون وصي، فأن الكتب غير المسيئة لو أرادت أن تمشي خطوات فإنها لا يمكنها ذلك من دون سجان مرئي فوق عناوينها". ورغم أن المقالة تلك لم يكن لها تأثير كبير حينها في وقف ممارسة منح التراخيص الحكومية للمنشورات، إلا أنها ستعد فيما بعد من الأعمدة الرئيسية لحرية الصحافة. حجة ميلتون القوية تمثلت في قوله بأن الفرد قادر على التعامل المنطقي وتمييز الخطأ من الصواب والسيء من الجيد. ولكي يكون من الممكن ممارسة هذا الحق المنطقي ينبغي أن تكون للمرء الحرية الكاملة للإطلاع على آراء في "مواجهة حرة ومفتوحة". وقد نشأت عن كتابات ميلتون مفهوم "السوق المفتوحة للآراء": حينما يتجادل الناس مع بعض فإن الحجج الجيدة هي التي تسود. من أنواع التعبير الذي كان مقيدا في إنكلترا ذلك الذي يحظره قانون التشهير التحريضي والذي جعل من مسألة انتقاد الحكومة جريمة يحاسب عليها القانون. وكان الملك فوق كل الانتقادات وكانت التصريحات التي تنتقد الحكومة محظورة بقانون محكمة Star Camber (وهي محكمة قانونية في القصر الملكي في ويستمنستر بدأت أولى جلساتها عام 1487 وز انتهت أعمالها في 1641 حينما ألغيت المحكمة). لم تكن الحقيقة المجردة دفاعا قويا أمام قانون التشهير التحريضي، لان هدف القانون كان منع

ومعاقبة كل انتقاد يوجه إلى الحكومة. تعاطي ستيوارت مل مع إشكالية السلطة في مواجهة الحرية كان ينبع من وجهة نظر القرن التاسع عشر النفعية: أي للفرد حق التعبير عن نفسه طالما أنه لا يؤذي الآخرين. والمجتمع الجيد هو المنجتمع الذي يتمتع فيه أكبر عدد من أفراده بأكبر قدر من السعادة. بتطبيق المباديء العاتمة لحرية الفرد يقول ستيوارت مل بأننا لو أسكتنا رأيا واحدا فإننا نكون بذلك قد أسكتنا حقيقة. ولهذا فإن حرية الفرد في التعبير من هذا المنطلق أمر صحي وفي صالح المجتمع. وفي كتابه (حول الحرية) عبر مل عن تطبيق المباديء العامة لحرية التعبير حين كتب قائلا: " إذا كان البشرية جمعاء متفقين على رأي معين وهناك شخص واحد له رأي مغاير فليس بيد البشرية.أي مبرر لإسكات رأي هذا الفرد بالضبط كما أنه ليس من حق ذلك الفرد وليس مبررا له إسكات البشرية جعاء".

ألمانيا النازية

دكتاتورية أدولف هتلر قمعت حرية الصحافة بشكل كامل. فلم يكن مسموحا للصحفيين كتابة أي شيء ضد هتلر وإلا كانوا سيخاطرون بالتعرض للسجن وحتى الموت. وكان النازيون هم دائما من يستغل الدعاية في صحفهم ووسائل الإعلام الأخرى. اي بمعنى انه لم تكن هنالك حرية نازية فقط من اجل اعلاناتهم والتشهير للعدو والدفاع عن هتلر رغم قمهة وظلمه لكن هل هناك من كان يغامر بحياته وينتقض هتلر على افعاله؟

الإذاعة. أولى الوسائل الإخبارية التي تنقل الأحداث المحلية والعالمية؛ حيث يمكن للمذيع أن يقطع أي برنامج لإذاعة خبر ما بمجرد وصوله. ويعتمد

ملايين الناس على الإذاعة، بالنسبة لنشرات الأخبار المنتظمة، والتنبؤات الجوية وغيرها.

الولايات المتحدة الأمريكية

صدرت أول صحيفة في المستعمرات البريطانية في أمريكا الشمالية وكانت "السلطة" تصدرها أي بمعنى أنها كانت تصدر بموجب ترخيص من الحكام الاستعماريين. وأول صحيفة دورية صدرت كانت (Boston News- Letter) وكان يصدرها جون كامثبيل، وكانت صحيفة أسبوعية بدأ صدورها عام 1704. وكان الحكام الاستعماريون الأوائل إما مديرو دوائر بريد أو ناشرين حكوميين، ولهذا كان من غير المحتمل أن يتحدوا سياسات الحكومة. أول صحيفة مستقلة صدرت في المستعمرات البريطانية كانت صحيفة -New England Courant وكان يصدرها في بوسطن جيمس فرانكلين صدر أول عدد منها عام 1721. بعدها بسنوات قليلة اشترى شقيق فرانكلين الأصغر – بنيامين- صحيفة (Pennsylvania Gazette) التي كانت تصدر في فيلادلفيا والتي أصبحت صحيفة بارزة في العهد الاستعماري. تم خلال تلك الفترة إلغاء نظام التراخيص للصحف فتسنى لها الصدور بحرية ونشر ما تريد من وجهات نظر مخالفة ولكنها كانت خاضعة للعقوبات بموجب قانون التشهير أو حتى قانون التحريض إذا كان ما تنشره من آراء يشكل تهديدا للحكومة. ويعود مفهوم "حرية الصحافة" الذي تم تضمينه في دستور الولايات المتحدة بالأصل إلى قضية محاكمة جون ثيتر زينتر من قبل الحاكم الاستعماري في نيويورك في عام 1735. وقد حصل زيتر على حكم بالبراءة من التهم الموجهة إليه بعد أن دفع محاميه أمام المحلفين (وخلافا للقانون الإنكليزي العريق) بالقول أنه ليس هناك أي تشهير حينما يتم نشر

الحقيقة. ولكن حتى بعد هذه القضية الاحتفالية تمسك الحكام الاستعماريون والجمعيات الوطنية بصلاحية مقاضاة وحتى سجن الناشرين الذين ينشرون وجهات نظر مغايرة للحكومة. وخلال الثورة الأمريكية اعترف القادة الثوريون بالصحافة الحرة كعنصر من عناصر الحرية التي سعوا للحفاظ عليها. وقد جاء في إعلان فيرجيينا للحقوق (في 1776) بان: "حرية الصحافة إحدى أهم أسس الحرية ولا أحد يقيدها أبدا سوى الحكومات الاستبدادية". وعلى نفس المنوال ورد في دستور ماساشوسيتس (في عام 1780): " إن حرية الصحافة أمر أساسي لضمان الحرية في الدولة: ولهذا يجب ان لا يتم تقييدها في هذا الكومنولث". وعلى هدى هذين المثالين حرم التعديل الأول على الدستور الأمريكي؛ الكونغرس، من سلطة اختزال حرية الصحافة وكذلك حرية التعبير المرتبطة بها ارتباطا وثيقا.

ميثاق الصحفيين

ميثاق الصحفيين يماثل ميثاق الأطباء، يلتزم بالأمانة والخلق الحسن واحترام الذات واحترام المهنة. في بعض البلاد تتظف نقابة الصحفيين نفسها بنفسها وتحذير المخالف بل وإيقافه. من يقوم بالتشهير أو ترويج الأشاعات فمن حق المتضرر رفع دعوى بالمحكمة ضد المحرر الذي يلحق به ضررا، وربما يصبح رئيس التحرير مسؤولا أيضا عن الأخبار الكاذبة، فيكون القضاء هو الملجأ الأخير.

الفصل الثاني

الإطار النظري

1 : نشوء وتطور شبكة الانترنت

2 : الخدمات الأتصالية لشبكة الإنترنت

3 : التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت

1. نشوء وتطور شبكة الانترنت :

مفهوم شبكة الأنترنت:

يعد الإنترنيت أحدث التقنيات الأتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين ، حيث إستطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات إتصالية وتقنية متميزة ، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم ، سمحت من خلالها لمستخدميها الأختيار بحرية مايريدون من خدمات إتصالية تتلائم وحاجاتهم .

ونتيجة الأعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت بإعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تناميا في مجال الأتصال ، ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرد ، فقد أهتم الباحثين والمختصين في مجال الأتصال الجماهيري الأهتمام بدراسة الإنترنت ، ويرى البعض "حقق الإنترنت ثورة معلوماتية وأتصالية ، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الأتجاه غير الخاضع للرقابة)[1]. كما يرى الشهري أن ألإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والإندماج التقني بين العديد من وسائل الأتصال[2]

(1) صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي،دمشق ،دار علاء الدين ' 1999 ص 8

(2) فايز عبد الله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة ، دبي ، دار الحكمة ، 2003 ص 21

ولقد أدت الأنعكاسات الإيجابية لشبكة الإنترنت إلى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة أعلامية أخرى خلال الفترة نفسها ، ويقول الدكتور لقاء مكي "لقد أحتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم ، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة ،واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"[1]، ويشير التقرير آلذي أصدرته هيئة الأمم المتحدة حول (أزدهار أستخدام الأنترنت في جميع العالم) ، أنه رغم التراجع الأقتصادي العالمي ، والأزمة التي تشهدها صناعة تكنلوجيا المعلومات ، إل أن نسبة الزيادة السنوية في عدد مستخدمي الشبكة بلغت نهاية عام 2002 – 30 ٪ "،[2] كما تشير إحدى الدراسات المتخصصة بالإنترنت إلى أن عدد مستخدمي الشبكة في العالم أرتفع في عام 2005 إلى أكثر من مليار شخص[3]

وفي الوطن العربي "بلغ عدد مستخدمي الشبكة حتى نهاية عام 2003 ما يقارب ال13 مليون مستخدم وهو ما يمثل ما نسبته 0.7 ٪ من أجمالي عدد السكان البالغ 280 مليون نسمة[4] ومع أستمرار تزايد أستخدام الإنترنت في الوطن العربي "بما يفوق إمكانات البنى التحتية لشبكات الأتصالات ، فقد حذرت دراسة متخصصة من أحتمال تعرض البنية التحتية لشبكات الاتصالات في الدول العربية لأزمة شديدة خلال العامين المقبلين ستفضي إلى حدوث أختناقات على الشبكة قد يترتب

---

(1) صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الأجتماعية لوسائل الإعلام ، مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات ،جامعة الشارقة ،كلية الإتصال 22 نوفمبر 2005 ص3

(2) www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870

(3) www.infosys-sy.com/intrrnet1.htm

(4) www.al-jazirah.com.sa/evillage/16102002/th647.htm

عليها إعاقة إنتشار الخدمة في الكثير من الدول العربية"وقد ظهرت شبكة الإترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين ، ونظرا لحداثتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة ، والمتلاحقة ، فقد أختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي ، وقد أقتصرت أغلب التعريفات والمفاهيم التي اوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي الشبكة ، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته . بناء على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات ، ويذكر الدناني "إن تشعب الإنترنت وأتساع دائرة أستخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها ، ويرى ريتشارد ج.سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل ، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها ، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن مايراه المهني أو المهندس[1] ويقول تيم بيرنيرز وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 (إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل ، فبإكتشاف الإنترنت تجد أسلاكا وكمبيوترات ، أما بإستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات ومسمى الإنترنت Internet مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية ألتي يطلق عليها في اللغة الانكليزية International Net Work ، كما "يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها The Net أو الشبكة العالمية World Net أو الشبكة

---

[1] عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر 2003 ص111.

العنكبوتية The Web ، أو الطريق الألكتروني السريع للمعلومات Electronic Super High Way.[1]

والانترنت "شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكومبيوتر في العالم[2]، و يتكون الانترنت من شبكات أصغر تمكّن اي شخص متصل بها من التجول في رحابها الواسعة والمفتوحة بلا حدود حيث يتم فيها ربط مجموعة شبكات بعضها مع بعض في جميع دول العالم عن طريق جميع وسائل الاتصال المعروفة .

وفي ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم اصبحت شبكة الانترنت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة أتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية ، تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة أستيعابية واسعة حتى باتت جزءا مهما من حياة الافراد والمؤسسات .

واستطاع الانترنيت خلال بضعة عقود من الزمن أن تساهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وخاصة على وسائل الاعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها مما استدعى دراسة موضوع "الاتصال والانترنت" من خلال تأثيراته الانسانية والاجتماعية باعتبارها أهم من الوسيلة ذاتها. "وبعودة الى مقولة مارشال ماكلوهان الاتصالية الشهيرة (The Medium is The Message) التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم ان المجتمع يتشكل ثقافيا بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها اكثر مما يتشكل بفعل مضمون

---

(1) www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870 مصدر سابق ص33

(2) NUA,Internet How Many Online

وسيلة الاتصال ذاتها [1]. والانترنت الذي بدأ أولا كمشروع حكومي في الولايات المتحدة بحدود عام 1960 حيث طلبت الحكومة الاميركية من مؤسسة Rand Corporation بإنشاء نظام اتصال متطور لتبادل المعلومات والاتصال يربط القواعد العسكرية الاميركية في العالم بعضها ببعض لتحقيق اكبر قدر من السهولة في العمل ويمنح هذه الشبكات قوة الوجود في أحنك الظروف ، وهو في الحقيقة ترجمة لأمر الرئيس الاميركي دويت أيزنهاور بضرورة بناء قاعدة بيانات وتأمين القدرة على عدم إتلافها إذا ما قامت حرب نووية، وكان أول استعمال لها عام 1972 ، ثم مالبث ان انتقل للاستعمال الى مصالح أخرى ، وفي عام 1983 تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة مثل النرويج وبريطانيا للاستفادة من خدمات الشبكة ثم أصبح الشبكة الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين الى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية .

وكل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تمهد السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا الى البيئة الالكترونية (الانترنت) للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أوعية أخرى تقليدية ورقية كانت أم تقليدية ."وهو ماجعل الانترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الاعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الامر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف او التسلية والامتاع مكنها من ذلك أيضا

---

(1) الشمعة ،خلدون ، تشرين الثاني ،1978 : الماكلوهانية ، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي ، بيروت) ، السنة الاولى،العدد السادس،

قدرتها على الجمع بين أمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد [1] .

وكنتيجة منطقية لهذا التحول اعتبر منتجوا تكنولوجيا الاتصالات الحديثة العالم اجمع سوقا طبيعيا لهم وهو "ما أفضى بدوره الى سيل هائل في إنتاج الادوات التكنولوجية اللازمة مما أدى الى هبوط في أسعار وسائل التقنية المتعلقة بالانترنت خلال أعوام قليلة ، كما اصبح المجال مفتوحا أمام الجميع ، دول ومؤسسات وأفراد ليتواجدوا على الانترنت لتحقيق أهدافهم باقل التكاليف السنوية الممكنة لاتتجاوز بضعة دولارات في العام الواحد . وحقق هذا التواجد على الشبكة الدولية نفس الغرض المعلوماتي الذي تنتجه وسائل إعلامية أخرى تكون في الغالب عالية التكلفة المالية [2] .

ويمكن القول الآن بأن الانترنت يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الاخرى ، إذ ان البعد الاتصالي للانترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في أختلافها وتميزها عن بقية وسائل الاتصال لعل من أبرزها : تخطي الحواجز الزمنية والمكانية ،وفتح الباب المعلوماتي والاتصالي امام الجميع . وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة "أن العالم تحول الى قرية الكترونية صغيرة " يستطيع قاطنها ان يقوم باي عمل من الاعمال في اي مكان في العالم وهو ثابت مستقر في مكانه عبر إستخدامات الأنترنت المتعددة .

---

(1) العبد الله. مي. 2005 ، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة .نموذج جريدة النهار.مؤتمر صحافة الانترنت:الواقع و التحديات. جامعة الشارقة

(2) السيد محمود، محمد، 2005 صيانة المحتوى المعلوماتي، تجربة موقع الجزيرة نت، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، الامارات العربية المتحدة.

ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية اخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلّت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى الى اكبر عدد من المشتركين ، فقد ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية اخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلّت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى الى اكبر عدد من المشتركين ، فقد "احتاج على سبيل المثال المذياع إلى 83 سنة حتى أصبح لديه 50 مليون مشترك ، بينما أحتاج التلفاز إلى 51 سنة لنفس العدد ، في حين أن شبكة الانترنت لم تحتاج سوى بضعة سنوات لتجمع العالم كله أشتراكا في خدماتها [1] وهي ارقام قد تختلف مع ما ذكر في الصفحة 27 من هذه الدراسة الا انها تبين عدد السنون التي تطلبتها كل وسيلة للوصل الى جمهورها.

وإذا كانت فكرة هذه النظرية الاتصالية قد انطلقت من التلفزيون فإنها اليوم أكثر إنطباقا على الانترنت بوصفها وسيلة الاتصال الاكثر تأثيرا في الافراد والمجتمع والافكار والممارسات عبر ما تحمله من خصائص ومميزات وما تحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي بجميع التخصصات والاتجاهات . "ولاشك ان المحتوى الرقمي Online Digital لثقافة الانترنت جعلها جزءا مهما وأساسيا من الثقافة المعلوماتية أو الالكترونية العامة ، بل يمكن القول ان ثقافة الانترنت اصبحت المكون الاساس والاكبر لثقافة الكومبيوتر والمعلوماتية والاتصالات الالكترونية وذلك بسبب الاستخدام الانساني الرسمي

---

[1] حسانة محي الدين، 2001 ، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات:الأمكانات، الفوائد و التحديات العربية 3000، العدد3.

والشعبي المتزايد للانترنت منذ بداية استخدامها في تسعينات القرن الماضي وحتى اليوم [1] .

ومن أهم ما يميز الأنترنت بنيتها اللامركزية حيث يقف المستثمرون العاديون على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية ، إذ يحصل الجميع على حق نشر ما يريدونه على الشبكة وبكافة الموضوعات والمجالات ، ولعل ذلك كان أحد الأسباب الرئيسة للانتشار الهائل لشبكة إنترنت ، أما السبب الثاني فهو انخفاض كلفة تبادل المعلومات الذي لا يتعدى أجرة المكالمة المحلية يضاف إليها بدل اشتراك شهري ثابت ومنخفض نسبياً [2] .

ويمكن أجمال العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي :

1- مستخدمو الشبكة :بإختلاف مشاربهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الأتصالية والإعلامية التي تدفعهم لأستخدام الشبكة .

2- الخدمات المقدمة من الشبكة : وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية ، مثل البريد الألكتروني ، المجموعات الإخبارية ، المنتديات ، الدردشة .

3- التقنيات المستخدمة في الشبكة : وهي "تنقسم إلى قسمين هما : القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للأرتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودوم ، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت ، والشاشة ، وغيرها . اما القسم الثاني فيتكون من البرامج اللازمة للأرتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة Multimedia

---

[1] حنش، إدهام محمد، مايس 2005 مجلة الانترنت الثقافية (الزرقاء)، أنموذجا، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل.

[2] أقبيق، طريف، 1996م، طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء : شبكة إنترنت دار الإيمان – دمشق .

مثل Real Player وبرامج التصفح مثل Internet Explorer وغيرها[1].

2. الخدمات الأتصالية لشبكة الإنترنت:

يقصد بالأتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر ،بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء ، والأفكار ، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية[2]. وللإتصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الأتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الأتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الأتصال ، وتبدا مستويات الأتصال بالأتصال الشخصي ، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الأتصالية ، ويكون بين فردين ، يليه الأتصال الجمعي الذي يتم في أوساط أجتماعية ذات أعداد محدودة . أما الأتصال الجماهيري فهو النمط الأتصالي ألذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الأعلام : الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون ، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الأنترنت[3].

والإعلام جزء من العملية الأتصالية ، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة ، وتستخدم فيه وسائل الأتصال الجماهيري ، ويسعى الأعلام لإيصال المعارف إلى الأفراد والجماعات بهدف التأثير في عقولهم ، ومشاعرهم ، ونشاطاتهم ، كما يهدف الإعلام إلى إيصال المعارف

---

(1) أسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص62 .

(2) العنزي، صالح زيد صالح ،2007، إخراج الصحف الألكترونية في ضوء السمات الأتصالية لشبكة الأنترنت،جامعة الإمام محمد بن سعود الأسلامية، ،ص40 .

(3) عصام موسى، 2004، المدخل في الأتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت ص56.

والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع . وفي شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيطا أتصاليا جديدا بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى ، فإنها تعتبر تقنية أتصالات مهجنة تضم اكثر من نمط أتصالي شخصي وجمعي وجماهيري ، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال . تبعا لذلك فقد أختلت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الأتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الأتصال وطبيعتها .ونتيجة هذا المدى الواسع من الأمكانات الأتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عددا من الخدمات الأتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدرا كبيرا من الأندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة .

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الأتصالي في "مجال الأتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية ، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى . كما تقدم الشبكة خدمة البريد الألكتروني التي تتميز إلى جانب سرعتها الفائقة في كونها مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالأضافة إلى أحتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الألكتروني الخاص بالمشترك بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها [1].

وتقدم شبكة الأنترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة ، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة

---

(1) عبد الله، فايز ،2002 ، ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت ص23

والنص المكتوب ، كل ذلك حوَّل الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة . ويتمثل أهم الخدمات الأتصالية بما يلي :

خدمة البريد الالكتروني Electronic mail :

وهو ابرز مايميز الأتصال عبر شبكة الأنترنت ، ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكومبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية Text أو الصوتية Voice أو الصور المرئية Photos [1] وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الألكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به ، ويعطى المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله أستقبال الرسائل الألكترونية والتواصل مع الآخرين. [2]

ويعد البريد الألكتروني "الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الأتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت ، ووفقا لدراسة توصلت اليها مجلة(إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الألكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت ، حيث بلغت نسبة متصفحي البريد الألكتروني 71٪ من إجمالي مستخدمي الشبكة [3]

ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها :

---

(1) محمد منير حجاب، الحرب النفسية، جامعة جنوب الوادي، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2005

(2) أبو العطا، مجدي محمد، المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت، الطبعة الأولى، المكتبة العربية لعلوم الحاسب، القاهرة 2000 ص11

(3) العربي، عثمان محمد، الإنترنت: الأنتشار والأستخدام، دار المجد، تونس 2002 ص82 .

- إنخفاض التلكلفة المادية .

- السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن .

- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي .

- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم ، كما يفيد الناس جميعاً ، حيث يمكنهم أثناءإجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم.

- يستطيع المستفيد أن يحصل على رسائله في الوقت الذي يناسبه، فهو غير ملتزم بتلقي البريد في لحظة الإرسال نفسها .

يستطيع المستفيد إرسال عدة الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه، وهذا ما يمكن أن يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض .

- يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني .

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الألكتروني على مواقعها الخاصة، "مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد hotmail، وشركة yahoo، و gmail.comالتابع لشركة google ، ونتيجة الإقبال الكبير لجمهور الإنترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الألكتروني ،فقدمت google خدمة البريد الألكتروني بمساحة 1 جيجا بايت ، بينما رفعت yahoo مساحة البريد الألكتروني من 100 ميجا بايت إلى 1 جيجا بايت ، هذا بالإضافة إلى تطوير الخدمات الملحقة بخدمة البريد الألكتروني كتحويل الرسائل Forwarding [1]

---

[1] www.alriyadh.com.sa/contents /05-10-2003 /RiyadhNet/ news_2374.php

مجموعات الأخبار Newsgroups :

وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها ، ويمكن وصف مجموعة الأخبار" بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر . [1] ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي ، والصور الثابتة والمتحركة . ويمكن للمشترك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الألكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات ، وأخبار ، وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته ، عبر البريد الألكتروني.

وتتميز بعض المجموعات بإنها "تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشتركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر . وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشتركين عبر البريد الألكتروني . ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على إنتشار المجموعات الأخبارية التي جعلت التواصل الألكتروني يقترب من الأتصال الشخصي البالغ التأثير [2]

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية غلى عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشتركين فيها الأتصال ببعضهم البعض ، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات

---

(1) إندرداهل ،برايان إندرداهل، الإنترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 ص 484.

(2) نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر -ديسمبر 2001 ص221.

والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بإعداد كبيرة على الشبكة [1] .

شبكة الإخباريات NEW S :

تعد شبكة الإخباريات (Usenet News) أحد أكثر استخدامات الأنترنت شعبية ، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة(Network News Transfer Protocol NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها .

و تقدم الشبكة "لوحة الإعلانات Bulletin Board وغرف الحوار Chatting Rooms ، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخم يشتمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups ، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة ، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالنفاذ إلى مجموعات الإخباريات، حيث يستطيع المستخدم أن يتابع حواراً مفتوحاً دون أن يشترك فيه، وهذا ما يسمى الترصد Lurking ، وهو ما يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات للدخول في الحوار وإرسال مقالة إلى المجموعة التي يختارها الوافد وتعمل شبكة الإخباريات Usenet بسرعة كبيرة جداً ، إذ يحدد مديرو المجموعات المدة الزمنية التي تبقى فيها رسائل الأعضاء منشورة قبل أن يقوم النظام بإلغائها ، ولا تحتفظ المجموعات برسائلها منشورة عادةً أكثر من أسبوع واحد [2] .

---

[1] عصام موسى، 2004، المدخل في الأتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت ص76.

[2] عبد الرحيم الصابوني، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الأنترنت) دمشق : 1996م . ص36.

وتعد مجموعات النقاش مصادر معلومات ممتازة فهي تقدم المساعدة في المجالات الفنية والهوايات والسفر ... الخ ، ويمكن أن تكون منبعاً للحوارات الحية وفرصة لاجتماع أشخاص مختلفين لديهم اهتمامات مشتركة .

خدمة التراسل الفوري Instsnt Messaging :

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص وآخر ، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الإنترنت ؛ "ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام . فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن أستخدام بعض البرامج الخاصة في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بإشكال متعددة ، مثل الصوت والصورة إلى جانب النصوص . أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة ، فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بهما معا دون أستخدام الصورة[1] .

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري ، برنامج بال توك Pal talk الذي يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة ، وهناك بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج MSN Messenger و Yahoo Messenger ، وهي تتميز جميعا بسهولة الأستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها .

خدمة جوفر Gopher :

---

(1) المصدر 21ص46.

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991بهدف تسهييل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة الى الملفات ومواقع Telnetومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الأنترنت ، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات ، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات وتسمح خدمة غوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم ، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً ، إذ تسمح بالنفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات ، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها[1] .

محركات البحث Search Engines :

هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة ، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها ، ومن هذه البرامج ، "برنامج العنكبوت Spider Program الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الولى من الموقع المستهدف بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى . ومن البرامج الأخرى المستخدمة في محركات البحث برنامج المفهرس Index Program الذي يعد قاعدة بيانات Database ضخمة تصف صفحات الويب[2] .

---

[1] م بشار عباس. دليل الأنترنت- مجلة المعلوماتي.- ع 46 لبنان (1996م) .

[2] محمد جلال سيد غندور، استخدام التدريسيين للإنترنت، دراسة تحليلية للأتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة 1999 ص 121.

ومع التطور والتحديث المستمر للمواقع فإن محركات البحث تقوم بزيارات دورية للمواقع الموجودة في الفهرس للتأكد من التعديلات التي تطرأ على المواقع المفهرسة، وبدأت الكثير من محركات البحث بتطوير نشاطها وخدماتها، واتخذ البعض منها منحى التخصص في مجال معين يتجه إليه من يريد البحث المتخصص .

وهناك العشرات من محركات البحث التي تختلف فيما بينها في الأسلوب، وحجم التغطية التي تقدمها ، كما تتفاوت المحركات في مدى قدرتها على تحديث قواعد بياناتها . وأسهمت محركات البحث على الإنترنت في التعرف على الكثير من المواقع الإلكترونية ، كما ساهمت في زيادة الوعي المعرفي في جميع المجالات، وقد" أشارت الإحصاءات في هذا الأتجاه إلى أن 85 ٪ من زوار المواقع الإلكترونية يتعرفون على هذه المواقع عبر محركات البحث الأساسية ، وأن 10 ٪ فقط عن طريق الأصدقاء ، و 5 ٪ من وصلات مواقع أخرى[1] .

ومن أشهر محركات البحث الرئيسية على شبكة الإنترنت MSN و Yaho و Google و Allta Vista . وأعلنت شركة مايكروسوفت في أواخر عام 2004 ،و إطلاقها محرك بحث جديد بشكل تجريبي يبحث في خمسة بلايين وثيقة على الانترنيت ويدعم 11 لغة . وتقدم بعض الشركات المهتمة في مجال البحث وفي مقدمتها Yahoo ثم Google شريط أدوات من خواصه إمكانية إجراء عملية البحث دون الدخول إلى الموقع نفسه ، وخاصية الإكمال التلقائي ، وخاصية منع النوافذ التطفلية وغيرها .

التلينيت Telnet :

(1) www.websy.com .

هي بروتوكول انترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهازه على كمبيوتر مضيف جاعلاً جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر البعيد. وهي طريقة أخرى للنفاذ إلى المعلومات المحملة على المخدمات ، من خلال الدخول الفعلي إلى الحاسوب عن بعد واستخدامه بصورة عادية . ، فعندما يتصل المستخدم بواسطة تلنت يستطيع استخدام حاسوبه عن بعد كما لو أن لوحة المفاتيح مربوطة فعلاً على حاسوبه عن بعد ، وبإمكانه استخدام الخدمات نفسها المتاحة لأي مستثمر محلي ، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية ، كما لو كان يجلس أمامه تماماً ويمكن استخدام تلنت لمشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية في مكتبة الكونجرس أو المكتبة البريطانية في لندن ، كما يمكن استخدامها لاستعراض قواعد بيانات حكومية .

والشرط الوحيد لاستخدام تلنت بنجاح هو" أن يعرف المستفيد كيف يستخدم الحاسوب الذي دخل إليه عن بعد ، كما يجب أن يسمح له هذا الحاسوب بالنفاذ إلى ملفاته . وهنالك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الفوري إلى المعلومات [1].

شبكة الويب Web

شهد العام 1991 تطورا مهما في مسرة الأنترنت تمثلّ في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية World Wide Web "الذي أبتكره بعد تجارب كثيرة من قبل الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee في المعمل الاوربي لفيزياء الجزئيات في جنيف ، وفي

[1] المصدر رقم 31، ص271 .

حدود عام 1945 عندما كتب المستشار العلمي للرئيس الاميركي فرانكلين روزفلت ،فانفر بوش Vannevar Bush مذكرات حول نظام أسماه الميمكس Memex وهو جهاز قائم على نظام الميروفيلم بإمكانه حفظ كمية ضخمة من الوثائق في مكتب واحد . وفي الستينات قاد دوغلاس انغلبيرت Douglas Engelbart بإبتكار نموذج بإسم Online System والذي أعتمد على تكنلوجيا النص التشعبي Hypertext بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة [1]، وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الانترنت "حكرا على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكومبيوتر ، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الألكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها ، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الاميركية ، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الإنترنت حكرا على هؤلاء[2] .

وتعددت تعريفات الويب تبعا لخلفيات المعرّفين ، فذوي الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع ، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل ، بينما يركز مستخدموا الويب على المضمون

---

(1) علي محمد شمو، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت، جدة:الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998 ص236

(2) د.عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة، ابوظبي، الطبعة الاولى، 2003، ص13

والتطبيقات اللازمة لتصفح المواقع والوصول إلى الوثائق . ومن خلال البحث في تعريفات الويب وجد الباحث أن هناك 26 تعريفا أبرزها وأكثرها شمولا هو " مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف أفتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية Home page والتي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع ، ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة أسم الموقع على المتصفح[1] وفي تعريف آخر أكثر تفصيلا يعرف الويب بإنه " ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server)يمكن الولوج إليها عبر شبكة الأنترنت . ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالبا لكي لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع . تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل ألفأرة قصد الأنتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه[2].

ويعرف د.حسني محمد نصر الويب على أنه " نظام من خادمات الكومبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو ، وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كومبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الانترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها `صفحة الويب Web Page

---

(1) www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html

(2) Alt.uno.edu/glossary.html

والذي قد يحوي نصا أو يشير إلى ملفات أخرى ، وهذه الملفات قد تحوي صورا أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية[1].

ويقول الدكتور عباس مصطفى " لقد نشأت الوب على الانترنت وهي تستفيد من آليات الانترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والملقمات والأجهزة في جميع أنحاء العالم ، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالأتصال بالحواسيب حول العالم ، بينما الوب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا[2]

إن ظهور وتطور المستعرضات نيتتسكيب Netscape ، ومايكروسوفت إكسبلورر بعد سلسلة من المستعرضات التي صممها طلاب الجامعات مثل مستعرض غوفر ومستعرض فيولا- فيولا ، ومستعرض ميداس وغيرها ، بعد المستعرض الذي صممه بيرنرز لي جعل من الانترنت سهل الاستخدام ومكّن مستخدميه من الوصول إلى المعلومات المستخدمة فيها وبإي لغة كانت ، حيث مكنت المستعرضات من عرض صفحات الويب بالصورة وبالوسائط المتعددة ، وأضاف الويب فن جديد هو تصميم وإنشاء الصفحات التي تخدم أغراضا مختلفة ، ومكنت الأفراد والمؤسسات من وضع أنفسهم على الشبكة.

وتتميز صفحات الويب "بالتفاعلية Interactivity فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص ، الصور ، الأصوات ، الإطارات ، والاشكال المتحركة Animations وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء وتستفاد من ميزات الوصلات التشعبية Hyperlink

---

(1) د.حسني محمد نصر ، الانترنت والإعلام- الصحافة الالكترونية- مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت 2003 ص. 28

(2) المصدر رقم 11، ص 19 .

التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر[1]

ويقول ملفين ديفلير وساندرا روكيش" يشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصال التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الاشخاص ، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام بالتناوب ، ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة فورا وبصورة كاملة في شكل رسائل شفهية وغير شفهية[2] .

إعلاميا يمكن تعريف الويب على أنه " رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الأنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب . ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسة واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية ، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو ...) أو وسائط متعددة Multimedia . وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي[3] .

مما تقدم ووفقا للتعريف الإعلامي للويب فإن على من يسعى لمارسة مهنة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة أتصال جماهيري فعالة تتكامل فيها الرسالة (شكلا ومضمونا) مع الوسيلة والمتلقي . وعلى الناشر أن يكون على قدر كبير من المعرفة بالأمكانيات التواصلية من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة التي يتيحها

---

(1) Glossary Of Graphic Desing And Web Page Design Terms Illinois .U.S.A www.grantasticdesign.com/glossary/html

(2) المصدر 16، ص 489.

(3) المصدر، رقم 15، ص3 .

الويب ، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع كخدمة البحث والأرشفة والوصول إلى مواقع أخرى .

3. التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت :

عند ظهور أية وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها ، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين أعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية ، كما إن ظهور التلفزيون جدد التبوءات بمستقبل الصحافة والإذاعة ، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات أتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة اليها ، وأن ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية ، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الأتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة ، وكذلك من خلال الأختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية ، وأسهمت منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في أختصار المسافة الأتصالية بين القائمين بالأتصال في الوسائل الإعلامية ، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الأتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها .

واستفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة إنتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود . كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الأتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة الى تميّز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة" [1] .

لأجل هذا تغيرّت صور الوسائل الاعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالميا ، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط أتصالي جديد بالاضافة الى التطبيقات التقليدية كالاذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية . ويعلل الدكتور عباس مصطفى صادق هذا التغيير بالقول " لقد تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية ، وهي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلاميا بمعزل عن الجماعة . وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة أتصالية ، تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات ومواقع داخلها على انها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو صحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك" [2].

أما الدكتور الصادق رابح فيقول " شهد العالم منذ ربع قرن الكثير من روائع التكنولوجيات الحديثة؛ فكانت أشرطة الفديو والكابل سنوات السبعينات ، ثم القنوات الإذاعية المحلية(FM) ، والتليماتيك (الاستعمال المقترن لتكنولوجيا المعلوماتية ووسائل الاتصال

---

(1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي :الأجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، 2001، ص98 .

(2) د.عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة، ابوظبي، الطبعة الاولى 2003 ، ص30.

في إنتاج وبث وتوزيع ومراقبة المعلومات) ، والمعلوماتية ، والتلفزيون عالي الأداء(نقاء الصورة)، ثم التلفزيون التفاعلي ، وأخيرا الانترنت والطرق السيارة للمعلومات". ويضيف " نتيجة ظهور الانترنت فإن الشبكات الجديدة للاتصال تغير بعمق في طرائق البحث عن الاخبار وإنتاجها وتوزيعها ، والواقع أن الثورة الرقمية قد أعادت تشكيل الواقع ورؤيتنا له ، لكن المفارقة أن العالم ، وهو يعيش هذه المرحلة الحاسمة في تاريخه ، يبدو عاجزا عن توقع نتائج وآثار الهزات التي تعرفها كل الفضاءات الجماعية[1] .

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي اصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري . وهنا يقول بودي " بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الاعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت [2] ويرى الدكتورالسيد بخيت ان " الانترنت أضاف وظائف أخرى للأتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل ، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الاعلام ، فعندما تقع أحداث إخبارية ما فإن المهتمين بها يبثون رسائل عبر الانترنت مباشرة للآخرين لكي يقرءوها ، وتمثل هذه الوظيفة تحولا مهما عن وسائل

---

[1] الإعلام والتكنلوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي الامارات العربية المتحدة، العين الطبعة الاولى2004 ص106، ص101.

[2] Brody,Douglas A .2001 Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through Multinational Ownership in Hafez,K.(ed.)Mass Media,Politics,and Society in the Middle East .Hampton Press Inc. P138

الاعلام التقليدية "[1]. ويضيف ايضا " افرزت الثورة الاتصالية ، ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية ، أي بين المستقبل والمرسل ، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية ، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في الفعل الأتصالي ، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الاتصالية ، ومن خلال عمليات الانتقاء والاختيار ، مما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الأتصال ، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع أنفجار المعلومات والسيطرة عليه ، كما وكيفا ، كما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل ، والقابلية للتحرك ، والتوصيل ، والشيوع ، والانتشار ، والقابلية للتحويل[2] .

ويقول الدكتور محمد الأمين موسى أحمد أن " الأنترنت أحدث ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الإنتشار والصفة الدورية وأحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية ، فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site ، جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية Conventional Media إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب - صحيفة - مجلة - وكالة أنباء - سينما - إذاعة - تلفزة) ، وشجعت هذه

---

(1) الأنترنت وسيلة أتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية .دار الكتاب الجامعي، العين، الطبعة الاولى 2004، ص17 .

(2) نفس المصدر ص18

الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليدي (الورق - الشاشة - المذياع - التلفاز) [1].

وقبل أنطلاقة الانترنت كان "الفيديوتكس أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الاعلام التفاعلية ، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بارسال بيانات وأستقبال بيانات من أجهزة الكومبيوتر أو مستخدمين آخرين للفيديو تكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصورة [2].

ومع تطور أنتشار شبكة الانترنت ظهرت تطبيقات جديدة لا هي صحف ولا وكالات أنباء توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت ،كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي أهتمامات مختلفة . كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري أستفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت .

وتأثرت وسائل الاعلام بالانترنت حيث قد جذب النشر عبر الشبكة نسبة كبيرة من جماهير هذه الوسائل ، ففي استطلاع أجرته شركة الابحاث البريطانية المعروفة باسم الاستراتيجيات التحليلية

---

(1) توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي . كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة.جامعة عجمان للعلوم والتكنلوجيا. الإمارات العربية المتحدة .نوفمبر 2005 ص2

(2) ملفين ديفلير وساندرا روكيش.نظريات وسائل الإعلام .ترجمة كمال عبد الرووف.الدرا الدولية للنشر والتوزيع.القاهرة1999 ص 487

Strategies Analyses تبين أن القنوات التلفزيونية تخسر ملايين المشاهدين لصالح الانترنت ، ويقول دافيد مارسن مدير الشركة أن " التلفزيون هو الوسيط الاعلامي الذي يعاني بشكل أكبر جراء تزايد عدد مستخدمي الانترنت السريع ، فعدد كبير من المشاهدين يختارون قضاء اوقات فراغهم في تصفح شبكة الانترنت ويفضلون البحث عن مضامين ترفيهية لم يجدوها في السابق في التلفاز[1].

نماذج التطبيقات الاعلامية لشبكة الانترنت :

تتطور تكنلوجيات شبكة الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات اعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها ، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الانترنت :

1. وكالات الأنباء ، حيث لا تتخلف أية وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت ، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوشيتدبرس ووكالة الانباء الفرنسية وشينغوا ويونايتد برس توفر جبنا إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف انواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجانا وبعضها بالمقابل . وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية السياسية والإقتصادية والرياضية ، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينغوا ، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات

---

(1) أرنود دوفور : إنترنت ، ترجمة منى ملحيس ونيال ادلبي، الطبعة الاولى ، بيروت : الدار العربية للعلوم 1998.

الصور والرسوم بالاضافة إلى خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للقطات تلفزيونية .

2. إذاعة الأنترنت ، وهي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كومبيوترية يتم أستخدامها للبث عبر الشبكة أعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلوماتStreamig لتشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video ، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة ؛ ويقول محمد عارف " إن راديو الأنترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى أستخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكومبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الأنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية [1]

3. البث التلفزيوني عبر الأنترنت ، ويستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته بأستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث ، ويتم تغذية محطة ألتقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة الملف المراد بثه . ويقلص حجم الملفات بعد

---

[1] محمد عارف . تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية.مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية.سلسلة محاضرات الإمارات.أبوظبي1997.ص26 .

الالتقاط وتحول إلى هيئة العرض ، وترسل هذه الملفات عبر أتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري[1] ويقول بهاء عيسى "مع كل التقدم الحاصل في شبكة الانترنت إلا أن البث التلفزيوني في الشبكة لم يصل الى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية ، حيث أن تنزيل الصورة يأخذ زمنا طويلا وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه[2]. وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون ، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK . كما أستفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من كافة المواد الفلمية التي لايمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية او المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية كما حدث في العراق ودول اخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا اجهزة الهاتف المحمول .

4. خدمة الإخبار بالهاتف المحمول ، وبالنظر لأشتراك الهاتف المحمول بالكومبيوتر وكذلك الانترنت لذلك فقد تم الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والأنترنت فتم توفير ميزة تلقي البريد الالكتروني ويتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية SHORT

---

(1) بهاء عيسى .شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي .نوفمبر 1999 ص 76ص77.

(2) المصدر السابق ص 79.

MESSAGE SERVICE تقديم للمشتركين طيفا واسعا من الخدمات الاخبارية تشمل خدمات وكالات الانباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول . هذا بالاضافة إلى إرسال وأستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية ، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى بريد ألكتروني على شبكة الانترنت .

5. خدمة الواب ، وهو نظام كومبيوتري يحول صفحات الانترنت المصممة للكومبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الاجهزة الالكترونية المحمولة الأخرى ، ويقول د. رميح بم محمد الرميح " تم تطوير بروتوكول الواب في العام 1997 عندا أجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين UNWIRED PLANET بغرض ربط أهم شبكتين في العالم :شبكة الهاتف المحمول وشبكة الأنترنت فيستفيد المستخدم من خاصية المحمول ومما تقدمه الانترنت من خدمات ومعلومات [1] . أما التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب فتتضمن الرسائل الصوتية والألكترونية ،الحوار ، التصفح ، أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار

---

[1] د.رميح بن محمد الرميح.هل ينجح الواب كما نجح الويب؟مدينة الملك عبد العزيز للعلوم و التكنلوجيا. www.khayma.com/madina/wab.htm

العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتنقلة ، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها.

6. النشر الألكتروني ، مع أنتشار الأنترنت وخروجها من إطار الأستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة برزت ظاهرة ما يسمى بالنشر الألكتروني Electronic Publishing (للصحف والمجلات والمدونات ومواقع المعلومات.وغيرها) . وبدءا من تسعينات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الأنترنت بدوافع عديدة لعل من أهمها محاولة الأستفادة من التكنلوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قرائها وفي عائدات الإعلان[1] . ويقول الدكتورحسني محمد نصر " قبل عام 1995 وتحديدا في عام 1993 كان هناك عشرون صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات الالكترونية ، وكان عدد الصحف التي استطاعت أن تقيم لها مواقع ألكترونية على الشبكة لا يتعدى ست صحف كبرى وعدد من الصحف الصغيرة. وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة بعضها يضم النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات معلوماتية أخرى ، وفي بداية 1996 كان على الشبكة 154 صحيفة ألكترونية ، وفي أكتوبر من نفس السنة بلغ عدد الصحف على الشبكة 1562 صحيفة . وقد أرتفع هذا الرقم في منتصف عام 1997 إلى نحو 3622 صحيفة أرتفع مرة أخرى في نهاية ذلك

---

(1) Boynton,R. S .(2000), NEW MEDIA may be old media s Savior Columbia Journalism Review.p.32

العام إلى 4000 صحيفة[1] . ويوفر النشر الإلكتروني سهولة كبيرة في تحديث المعطيات .

وساعد التوسع في استخدام النشر الإلكتروني في تحديد التوجه نحو عدد أقل من النظم وتعزيز التوجه نحو الربط بين هذه النظم لتصبح قادرة على التخاطب وتبادل المعطيات فيما بينها .

ويوفر استخدام النشر الإلكتروني ميزة فريدة لا يمكن الحصول عليها بالوسائط التقليدية الورقية ، "حيث يمكن استخدام نظم النص المنهل HYPERTEXT التي تتضمن الوصلات البرمجية التي تستخدم للانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة أو إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة أو إلى شرح تفصيلي بنص مطول يوضح مدلولاتها . والعنوان أو الكلمة التي تستخدم لهذا التطبيق تظهر عادة بلون أخضر أو أي لون آخر مختلف عن لون النص الأصلي ، ويكفي الضغط عليها بالفأرة للانتقال إليها ضمن دليل الاستخدام مما يتجاوز كثيراً مما يمكن أن تقدمه الوثائق المطبوعة أو من سرعة النفاذ إلى المعلومة المطلوبة[2].

ويرى محمد محمد أنه بات "من المألوف لجوء عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الإلكتروني إلى استخدام الأقراص الضوئية المدمجة CD-ROM ، فلقد أصبح بالإمكان استخدام تقانة الأقراص المدمجة لتخزين كميات

---

(1) بهاء شاهين، شبكة الإنترنت، مصر : كمبيوسباينس ، 1996م، ص 94.

(2) د. نبال إدلبي، قرص متراص متعدد الطبقات - مجلة المعلوماتي - ع 47 (1996م) .

هائلة من المعلومات وعندما يحتاج المستفيد إلى استرجاع هذه المعلومات ، يستطيع أن يبحث ويقرأ ويقتبس أي جزء من المعلومات في وقت قصير جداً بواسطة برامج حاسوبية مصممة بالطريقة الملائمة . و يستطيع القرص المدمج العادي أن يختزن 600 ميجا بايت أي ما يعادل 200.000 صفحة مطبوعة[1]

لقد امكن للصحف الألكترونية من خلال النشر الألكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظرا للسرعة التي تتمتع بها الشبكة ، وفيما كانت تنتظر الصحف الورقية يوما كاملا لصدور طبعة جديدة لتحديث أخبارها فإن الصحف الألكترونية تقوم بتحديث صفحاتها بشكل مستمر كما" تفعل بعض كبريات الصحف الأميركية New York Times التي تقوم بتحديث موقعها كل 20 دقيقة وتصل في بعض الأحيان إلى خمس دقائق[2].

وباتجاه الإفادة من النشر الألكتروني أقبل العديد من المؤلفين ودور النشر على نشر إصداراتهم عبر الشبكة من خلال تقنية الكتاب الألكتروني E-Books الذي يشهد زيادة مضطردة في أعداد الراغبين بإقتناء الكتب من خلاله نتيجة الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليدي والقائمين على دور النشر التقليدية وبخاصة الصغيرة منها .

---

[1] محمد محمد أمان . النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات .- المجلة العربية للمعلومات .- مج6 ص23 (1985م) .

[2] السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت ، دار العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2000 ،ص 27

السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت :

مـن خـلال الاشـكال الاتصـالية الـتي تـتم عـبر شـبكة الانترنـت كوسـيلة إعلاميـة متعـدد الوجـوه والـتي تتضـمن مجموعـة مختلفـة مـن الاشـكال الاتصالية ، هـي ؛ من طرف واحد الى طرف آخـر، ومـن طـرف إلى عـدة أطـراف ، ومـن عـدة أطـراف إلى أطـراف اخـرى، فـإن مفـاهيم إتصالية جديدة ظهرت وأرتبطت بشكل كبير بدراسة الانترنت ، وتبعا لسـماتها الرئيسـة استطاعت شبكة الإنترنت ان تجمع الخصـائص الـتي تتميز بهـا الوسـائل الأتصـالية العلامية التقليدية ، فقد تم دمـج العناصـر الطباعيـة المميـزة لوسـائل الإعـلام المطبوعـة والحـروف ، والصـور ، مـع العناصر المميزة للوسائل المرشية ،الصور المتحركة والألـوان . ومـن هـذه المفاهيم :

ـ التفاعلية Interactivity :

وهـي تعـني رجـع الصـدى ، وقـد عـرف Durlak التفاعليـة بإنهـا "العمليـة الـتي يتـوافر فيهـا الـتحكم في وسيلة الأتصـال مـن خـلال قـدرة المتلقـي علـى إدارة عمليـة الأتصـال عـن بعـد . كمـا عرفهـا Refaeli التفاعليـة بإنهـا أحـد القنـوات الـتي يمكنهـا نقـل رد فعـل الجمهـور إلى المرسـل ووصـفها بالأسـتجابة[1] ، وقـد سـاعدت التفاعليـة علـى تخصـيص المواقـع اللكترونيـة صـفحات للاهتمامـات الخاصـة للمسـتخدمين بحيـث يمكـن لصحاب الهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والانشطة ، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت .

---

(1) المصدر 29 ، ص147.

- سهولة الأستخدام Accessiblity :

تعد خاصية سهولة الأستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو أستيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع أستخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة وغيرها.

وتشمل سهولة الأستخدام جوانب كثيرة من أهمها سهولة الحصول على المعلومات ، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيأ الأتصال بين عدد كبير من الأشخاص، وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية . ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الانترنت بسهولة، حتى لذوي الأحتياجات الخاصة❖ بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الألكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والأستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة .

ومن سهولة الأستخدام للشبكة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع امكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع، وكذلك من خلال" الأستفادة من تقنية النص التشعبي Hypertext التي تتيح الوصول الى مواقع أخرى عبر الشبكة . ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper Links هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الأستخدام حيث

يمكن للمرسل ارسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء .

- **الوسائط المتعددة Multimedia :**

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة المساعدة في إيضاح المعاني ، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة ، لتوصيل الأفكار والمعاني . ويرى Gibbs "أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات ، تحسين الأتصال ، وإثراء المواد المقدمة عبرها[1] . وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على أكتساب المهارات والخبرات والمعرفة ، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية ، وصورا ورسوما كاركاتورية .

"ويعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية ألتي أستفادت من الوسائط المتعددة ح حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت ، والصورة التلفزيونية[2]، وفي أبريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات الى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية [3]. وبالطبع فإن الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية

---

(1) عبد الحميد بسيوني، الوسائط المتعددة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004 ،ص11

(2) www.ekateb.net

(3) www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm

المواقع الإخبارية التي أستفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

- سرعة الحصول على المعلومات :

توصف شبكة الأنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه . وفي كل يوم تظهر من البرامج والنظم الأتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة Broadband Internet . وفي المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت ، حيث طورت العديد من الصحف الألكترونية نظامها التحريري ليوافق السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة" فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid Publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر [1] .

الفضائيات الاخبارية وصحف الانترنت

3. نشوء وتطور صحافة الانترنت:

ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية. وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الأتصال والمعلومات وما نجم عنها

---

[1] المصدر 65 ، ص 27

من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو ، التلفزيون ، والصحف) وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكومبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها . فلم لم تكد تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إليكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية .

وتطورت الصحافة الالكترونية عبر تجارب التليكست والفيديوتكس في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا ،ومن تطور قواعد البيانات وأستخدام الكومبيوتر في عمليات ماقبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي ، ويقول شيدين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الالكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتدبرس ، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد أنفضاض الشراكة"[1]، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية Bulletin Board System – BBS في سنوات 1985- 1988 .

صحافة الانترنت إذن هي نتاج لأمتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية ، وهي برغم عمرها القصير إلا انها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته

---

(1) Shedden,David(2005)New Media Timeline(1969-2004).Poynter Institute.

الصحافة المطبوعة في عشرات السنين . وتمكنت صحافة الانترنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين والطبقة السياسية ومروجي الافكار والدعاة وسواهم ، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها وفي طبيعة الجمهور الذي يستخدمها . وبرغم أن المؤشرات حول ذلك لاتزال غير مشجعة ،إلا أن كثيرا من الباحثين جنحوا مبكرا الى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية ونهاية عصرها ، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأن عام 2040 سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الالكترونية[1] .

ومع عدم الجزم بمثل هذه التوقعات إلا انها تعبر عن الهاجس الفكري الذي ساد خلال السنوات الاخيرة مأخوذا بالانجاز التقني المعروف بالانرنت وما عبر عنه من تقدم علمي كان جزءا من ثورة تكنلوجية معلوماتية إنسانية جديدة غيرت من مفاهيم وقيم الثورة الصناعية ، كما انها تنطلق مما الهمته هذه الثورة من محفزات لتطوير الاداء المهني والافلات من قيود الصحافة المطبوعة ونمطيتها وعيوبها . ولكن ذلك سرعان ما اصطدم ايضا بعيوب الواقع الصحفي الجديد وهي عيوب لا تقتصر على حدود التقنية المتقدمة التي استحالت بشكل أو بآخر الى تقنية طبقية عالميا ومحليا ، بل ايضا بالمحتوى الصحفي الذي تنوعت اشكاله ومضامينه بشكل كبير[2]

لقد كانت بداية ظهور الصحافة الالكترونية كما يرجعها سيمون بايتز S.Bains "كثمرة تعاون بين مؤسستي بي بي سي BBC الاخبارية

---

[1] فيليب ميلر، كتاب الصحيفة الزائلة، الولايات المتحدة، 2005.

[2] لقاء مكي، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الانترنت، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2004 .

وإندبنــدنت برودكاســتينغ أوثــوريتي IBA عــام 1976 ضــمن خدمــة تلتكست ، فالنظام الخاص بالمؤسسة الاولى ظهر تحت اسم سيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية بأسم أوراكل Oracle . وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثوريتي BTA[1] .

وعلى الرغم من ان محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب الا ان الأمر تغير كليا مع بداية التسعينات الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات ، واذا كان نجاح خدمة Tele Text مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون ، فإن نجاح الصحيفة الالكترونية مرتبط مباشرة بتوفر أجهزة الكمبيوتر وتطور البرامج التي تسهّل الوصول الى الانترنت والتعامل معها . وفي مرحلة التسعينات اصبح للانترنت دورا بارزا في نشر المواد الاعلامية بمختلف صورها واشكالها وبلغات عديدة ، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الاعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات .

"في عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة ألكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الالكترونية الاول على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والأتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Alto وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي

---

[1] عماد بشير ، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت ، مجلة المعلوماتية ، www.informatics.gov.sa/magazin في 2005/7/26

لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بإنتظام على الشبكة[1] وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجانا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءا من تطور وتوزيع شبكة الانترنت . "وبدأت غالبية الصحف الاميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994- 1995 وزاد عدد الصحف اليومية الاميركية التي أنشأت مواقع ألكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996[2].

وتعد صحيفة "الواشنطن بوست"أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة ، وأطلق على هذا المشروع أسم "(الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي ((الصحف الالكترونية)) التي تخلت للمرة الاولى في تاريخها عن الورق والاحبار والنظام التقليدي للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وامكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات ، وظهور نظم وسائط الاعلام المتعدد)

---

(1) Kawamoto.K.(2003)Digital Journalism;Emergine Media and the changing .Horizons of Journalism,Oxford;Rowman&Littefield Publishers Inc.

(2) Gillmor,Dan(2004)We the media.Grassroots Journalism by the peopple,for the people,O Reilly Media.U.S.A

(Multi media، وماتحقق من تنام لشبكة الانترنيت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشتركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول اخرى عديدة خصوصاً في الغرب ، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات ، ومنها معلومات أخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك[1].

وفي شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية ، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للاصدار الورقي ، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم ، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا انهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم بأختلاف العلاقة مع القارىء هذه المرة[2].

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الالكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي " لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الالكتروني بسرعة كبيرة ،ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الأنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم ، كما ان

---

(1) الدكتور أجقو علي . الصحافة الالكترونية العربية،الواقع والآفاق.دار الكتاب الجزائري.الجزائر 2005 ص 27.

(2) حسن عماد مكاوي.تكنلوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات.الدار المصرية اللبنانية.القاهرة.1993 .ص23.

حوالي 99٪ من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الاميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت[1].

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاثة مراحل ؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الأنترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا . المرحلة الثانية يقوم الصحافيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتواءم مع مميزات ماينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك ، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الاول . أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحافيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الاشكال الجديدة للتعبير عن الخبر[2].

أنواع الصحف الالكترونية :

هناك نوعان من الصحف على شبكة الأنترنت :

1ـ الصحف الألكترونية الكاملة On-Line Newspaper وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل أسم الصحيفة الورقية . ويمتاز هذا النوع من الصحف الالكترونية أنه :

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها .
- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها ، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت

---

(1) عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة.عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الانترنت.بيروت:دار الصياد أنترنشيونال2000. ص230

(2) Pavlik,John V. (1997) The Future of Online Journalism Aguide to whos doing what.

وتكنلوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالاضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والارشيف .

- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية

2 . النسخ الالكترونية من الصحف الورقية ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الاعلانات والربط بالمواقع الأخرى[1].

ويقسم الباحث صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعا "لمدى أستقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة والتي أسماها (المواقع الإعلامية التكميلية) إلى :-

1. النشر الصحفي الموازي : وفيه يكون النشر الإلكتروني موازيا للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة بإستثناء المواد الإعلانية .
2. النشر الصحفي الجزئي : وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ن ويعمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم .

ويتصل بهذين النوعين من الحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفضائيات الإخبارية "العربية" و "الجزيرة" وال "BBC " و ال "CNN" .. ونحوها . وتتسم

---

(1) المصدر 15، ص103.

مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها ، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة . وغالبا فإن "هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي (1).

3. النشر الصحفي الإلكتروني الخاص : وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع ، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الإنترنت فقط ، وهو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها ، وطرق تنفيذها ، ومثال ذلك : صحف إيلاف ، الجريدة وغيرها (2).

سمات الصحافة الإلكترونية :

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها عادة بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتهم قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستغلون فيها القدرات الجديدة التي تضيفها لهم الوسيلة الإعلامية الجديدة.

حدث هذا عندما ظهر التلفزيون، فقد كانت أخباره في البداية تقليدا لأخبار الراديو الذي كان الوسيلة الإعلامية السابقة له، ولم يكن هناك فرق بين أن تستمع إلى الأخبار في الراديو أو التلفزيون سوى في أنك ترى المذيع وهو يقرأ ، وبعد فترة بدأ رواد العمل التلفزيوني

---

(1) صالح العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الأتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمدبن سعود، المملكة العربية السعودية، 2007، ص241.

(2) المصدر السابق، ص242.

تدريجيا في الالتفات إلى أهمية تفعيل وتطوير الإمكانات الفريدة والمميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام، فبدأ استخدام الصورة على نطاق واسع لتوصيل المعلومة ونقل المشاهد إلى جو الحدث، وتم تطوير تحرير الخبر ليناسب الكتابة للصورة المتحركة.

نفس الأمر حدث مع الصحافة الإلكترونية ولا سيما في العالم العربي، فقد كانت بواكيرها الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية، وتحرر بنفس صياغتها، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور.

و"مع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية فأصبح:

- لها دورية صدور مختلفة في الأغلب عن الصحف الورقية .
- طورت جمهورها الخاص الذي يحمل بالضرورة أجندة مختلفة.
- طورت سياستها التحريرية تبعا لتغير الجمهور وطبيعته وعاداته.
- طورت تقنياتها الخاصة مستفيدة من إمكانات الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي تجمع بين مميزات الصحيفة والراديو والكتاب والتلفزيون المحلي والفضائيات"[1].

وصارت الصحافة الإلكترونية بذلك تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل، وأضافت إلى ذلك كله ميزة "التفاعلية" التي تجعل القارئ شريكا إيجابيا في العملية الإعلامية إذ يمكنه دائما أن يعلق مباشرة على ما يقرأ "ليتحول الإعلام بحق إلى

---

(1) عثمان ابراهيم السلوم، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت، دار عالم الكتب، الرياض 2002، ص 21.

إعلام ذي اتجاهين (فالصحفي يعلم القارئ بالمعلومة وهو يعلم برأيه)[1]، كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الشهيرة تجربة جديدة تتيح للقارئ أن" يعيد تحرير الخبر على طريقته وينشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني ليقرأ الجمهور ذات الخبر بأكثر من صيغة[2] .

ويوضح الدكتور عباس مصطفى ميزات الصحافة العربية في شبكة الانترنت بإنها " حتى العام 2000 كانت قاصرة في استخدام أساليب وتكنلوجيات ومميزات النشر الالكتروني ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الالكترونية وأنها في الحقيقة تمثل بداية مشروع في أطواره الأولى To go online ، كما أن ذهنية النشر الورقي مازالت هي السائدة في معظم هذه الصحف وأن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كاربونية للصحيفة الورقية ، وتفتقر معظم الصحف الالكترونية العربية الى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها ارشيف للمواد التي سبق نشرها[3]

ورغم العمر القصير للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية إلا أن هذا العمر القصير شهد الكثير من الدراسات العلمية والملاحظات التي أبرزت سمات متعددة مرتبطة بهذا النوع من الصحافة ، ويقول الدكتور محمود علم الدين" إن الصحافة الإلكترونية تمتلك مجموعة من الميزات يأتي في مقدمتها التغطية الخبرية للأحداث، وإجراء

---

(1) سعيد حداد، الأنترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 ص67 أغسطس 1999.

(2) السيد بخيت محمد، أستخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، ص89 القاهرة.

(3) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات. جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005.

المقابلات مع الشخصيات ذات الصلة بها. بجانب التغطية الآنية للأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث، وهناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية مثل سرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار والمنتديات [1] .

و يمكن إيجاز سمات الصحافة الإلكترونية بالآتي :

1/ النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت ، مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أن الصحف الالكترونية باتت" تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الاخبار في مواعيد ثابتة ، فيما يجري نشر بعض الاخبار في الصحف الالكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث24 [2].

2/ قدرة الصحف الالكترونية على أختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم ، بل وبشكل فوري ، ورخيص التكاليف ، وذلك عبر الانترنيت ، وبذلك فأن صحفاً ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الالكترونة صحفاً دولية كبيرة أذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات ارسال ، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. و"لإن الارسال عبر الانترنيت سيعني بالضرورة منح الصحف الالكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن امكانياتها ولان المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية ، فأن

---

[1] محمود علم الدين. الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام.جامعة القاهرة. ورقة علمية . القاهرة. 2003

[2] اسامة محمود شريف - مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية - من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب - عمان - تشرين اول عام 2000 ص69.

البعض بات يتساءل بجدية عما أذا كان يصح اطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات ألكترونية .

3/ التكاليف المالية البث الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنيت أقل بكثير مما هو مطلوب لاصدار صحيفة ورقية ، فهي لاتحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة ، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق ، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال[1].

4/ "لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الاعلانات ، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الالكترونية المسمى بأعلان اليافطة (Banner) هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف[2].

"وكشف المختصون المشاركون في مؤتمر (أيفرا الشرق الأوسط) الثاني للنشر الصحفي الذي إستضافته مؤسسة الإمارات للإعلام في أبوظبي ، أن حصة الصحف من الإعلانات على مستوى العالم أكثر بإربعة أضعاف حصة التلفزيون والأنترنت[3]

5/ توفر تقنية الصحافة الالكترونية أمكانية الحصول على احصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الالكترونية ، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن اعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر .

---

[1] محمد عارف - تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام العربية - مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية - ابو ظبي - 1997 ص13.

[2] كارول لينش - كتابة الاخبار والتقارير الصحفية : عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة - منهج تطبيقي - ترجمة : د. عبد الستار جواد – السنة 2001 ص45 .

[3] صحيفة الأتحاد . الإمارات العربية المتحدة . أبوظبي .العدد 11469 29 نوفمبر 2006.

6/ منحت تقنيات الصحافة الالكترونية عملية رجع الصدى (Feed Back)امكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام ، وخصوصاً بالنسبة للصحافة ،وبات الحديث ممكنا عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية. ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الالكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بأمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه ، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوريا على صفحات الصحيفة الالكترونية.

7/ توفر الصحافة الالكترونية فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة ، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل مانشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين ، في فترة معينة.

8/ فرضت الصحافة الالكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وامكانياتهم وشروط عملهم ، فقد اصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالامكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنيت وللصحافة الالكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب ، وأن يضع في اعتباره ايضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني الى الاخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها .

ويعتبر محمود سامي عطا الله ان الصحافة الإلكترونية وسيلة من وسائل الإعلام فهي وسيلة نشر كالصحافة المطبوعة، والعلاقة بينهما هي علاقة" تكامل وليست صراع ، فتاريخ ظهور الوسائل الإعلامية المختلفة لا يشهد بظهور وسيلة تلغي الأخرى أو تقضي عليها ولكن توجد منافسة في أحيان أو تكامل في أحيان أخرى وتحاول كل وسيلة تطوير نفسها فتستطيع القول أن الصحافة الإلكترونية والورقية لا تطرد إحداهما الأخرى، ولكن يبقى المنافس الوحيد للصحافة الإلكترونية هو التلفزيون بمواده المختلفة[1].

التعامل الصحفي العربي مع الانترنت :

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنيت ووصولها الى اكبر عدد من المستخدمين في اماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت ، "وهو الامر الذي يفسر اسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل الدول الاخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70٪ من سكانها بشبكة الانترنيت[2].

ومع النصيب المحدود جداً من حجم الانتشار العالمي للإنترنت في العالم العربي وتأثير ذلك بشكل تلقائي على محدودية انتشارالصحف الالكترونية فيه ، فإن هناك وجود حقيقي لصحافة الكترونية عربية ، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والاسبوعية مواقع لها على الشبكة ، وفيها مواقع ذات اهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان ، الاهرام ، الحياة ، الشرق الاوسط ، ...الخ) ، غير أن

---

[1] محمود سامي عطا الله، ورقة عمل مقدمة إلى معرض القاهرة الدولي 2005 .

[2] المصدر 44، ص 42.

"معظم الصحف العربية تكتفي اما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية ، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه الطبعة على مواقعها الالكترونية دون أن تؤسس اقساماً أو ادارات تحرير مستقلة للنسخة الالكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة" [1].

وكانت بدايات تعامل الصحافة العربية مع تقنية النشر الالكتروني الذي بدأ الحديث عنه "مع إطلاق شركة Apple لأول مرة نظام نشر ألكتروني متكامل عام 1985 لتتطور بعدها الامور بسرعة فيتغير معهاأسلوب النشر الصحافي بطريقة جذرية .

أما الصحف الالكترونية المنشورة عبر الانترنيت فقط فقد بدأ اصدارها في مطلع العام 2000 بصدور صحيفة (الجريدة) في أبو ظبي في الاول من كانون الثاني من ذلك العام ، وصدرت بعدها عدة صحف الكترونية اخرى ، من أهمها : اتجاهات

(السعودية) ، باب وبوابة (الاردن) اسلام اون لاين (مصر) ، "لكن عدد هذه الصحف يبقى محدوداً وبعضها مجرد مواقع اخبارية أكثر من كونها صحفاً بالمعنى الذي استقرت عليه الصحف الالكترونية. وهذه الحقيقة لاتمنع القول أن النسخ الالكترونية لبعض الصحف العربية تميزت بتقديم كماً جيداً من المعلومات وخدمات ارشيف جيدة للمستخدمين مثل موقع جريدة البيان الإماراتية" [2].

---

[1] إسماعيل، دانيا تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي ، جامعة لندن ، 2004 ص 67

[2] مركز المعلومات والدراسات. الصحافة الخليجية على الإنترنت . مؤسسة البيان .دولة الإمارات العربية المتحدة 2000 .

مراحل تطور الصحافة الالكترونية العربية :

مـرت الصـحافة الالـكترونيـة العربيـة بمراحـل تطـورت مـن خلالهـا إلى الشـكل الفني والمهني التي هي عليه الآن ، وهذه المراحل هـي :

1ـمرحلة النشر من خلال الاقراص المدمجة :

وكانـت اولى التجـارب في إنتـاج نصـوص عربيـة كاملـة وقـد بدأتـه الصحف التالية :

- صحيفة الحياة ، في 17 أكتوبر عام 1995 كان تاريخ إصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها إسم ارشيف الحياة الإلكترونية[1].
- صحيفتي السفير والنهار اللبنانيتين ، في يوليو عام 1997 .
- صحيفة الاهرام المصرية ، فبراير 1998 .
- صحيفة الشرق الأوسط ، في 14 مايو 1998[2]

2 – مرحلة إصدار النسخة الالكترونية :

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الانترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربيـة لأهميـة الانترنت وضـرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هـذه الشبـكة على المستوى العالمي عام 1990 . ويقـول الـدكتور عبد الأمير الفيصـل " أن الصـحافة المكتوبة هي الأكثر أستفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خـدمات الانترنت ؛ فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانـع السياسية وأيضا الإلتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها

---

(1) احمد عبد الهادي .الصحافة الالكترونية والورقية. ندوة نقابة تاصحفيين المصريين 2004

(2) علي الجابري، تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبوظبي نموذجا)، عمون للدراسات والنشر، عمان، الطبعة الاولى 2066 ، ص39.

أنها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية[1].

3ـ مرحلة إصدار الصحيفة الالكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة ألكترونية على الأنترنت بشكل مباشر ، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في " يناير 2000 حيث أنطلقت من أبوظبي صحيفة الجريدة eljareeda.com ، ثم في عام 2001 صحيفة إيلاف elaph.com . وإن هاتين الصحيفتين كانتا ألكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية News Letters تحمل اخبارا عن لبنان من وكالات الانباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية . كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعا في 9 ديسمبر 1995 ، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في الاول من يونيو عام 1996 فا"السفير" في نهاية العام نفسه[2] .

مستقبل الصحافة الالكترونية العربية :

يرى د. محمود خليل أن مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية " في تقدم مستمر وستشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة مما يساهم في نجاح التدفق العربي الإلكتروني في كسر احتكار الإعلام الغربي للمعلومات. وأن العاملين في هذا النوع من الصحافة في حاجة إلى وضع علاقة تنظيمية بالمؤسسة الصحفية لبيان موقفها القانوني، والتحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية أنها غير معترف بها من قبل

---

(1) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية .. مقاربة أولية . مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات .جامعة الشارقة .كلية الإتصال 22نوفمبر 2005 ص12 .

(2) الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي .ندوة مجلة العربي (الكويت). الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني21/أبريل2001.

الدولـة ممـا يجعلـها في موقـع لا محـل لـه مـن الإعـراب بالنسـبة للقـوانين والتشـريعات بفقـد الهويـة القانونيـة داخـل المؤسسـات الـتي يتعامـل معهـا ، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشـريع لهـا ممـا يعرضـها لغلـق موقعهـا الصـحفي ومداهمتـه ومصـادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي[1].

ولكن يرى آخرون أن الصحافة الالكترونية العربية تواجه جملة من التحديات حصرها عادل الأنصاري بعدم " وجود صحافيين مؤهلين لإدارة وتحريـر الطبعـات الإلكترونيـة بمـا يعنيـه ذلـك مـن معرفـة تامـة بتقنيات الكومبيوتر والإنترنت ، ومن مشكلة قلة البرامج الداعمة للغة العربية وعدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة وضعف التموين بالإضافة إلى الأميـة الألكترونيـة والمعلوماتيـة[2]كمـا إن الصـحافة الألكترونيـة العربية تشهد تحديا على مواكبة التطور العالمي بالشكل الذي يجعلها تفرض نفسها كواقع محسوس في حياة المواطن العربي، ومع ذلك فإن جهات عربية عديدة تسعى من أجل تدارك هذا الوضع من خلال معالجة التحـديات وتـدارك الوضـع، "فركـزت دول عربيـة وخاصـة دول الخلـيج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الانترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع من الإعلام[3]ومع تزايد الإقبال العالمي على أستخدام الانترنت للوصول إلى تحقيق الغايات المعرفية والإعلامية اصبحت الأنترنت في العالم العربي عالما لا مجال للالتفات عنه أو عدم الأهتمام له أو تجاهله وإلا تجاوزنا الواقع كمهنة وأصبحنا أمام واقع

---

(1) د.محمود خليل . مستقبل الصحافة الإلكترونية . مكتبة مدبولي . القاهرة . 2004 .

(2) الصحافة الالكترونية . المعايير والضوابط . المكتبة الحديثة . القاهرة . 2005 .

(3) محمود السيد محمود . صيانة المحتوى المعلوماتي – تجربة موقع الجزيرة نت. مؤتمر صحافة الانترنت .جامعة الشارقة 22-23 نوفمبر 2005.

متخلف عن الركب العالمي الذي قد لا نجد بديلا عن التعامل معه والاستفادة مما يمكن تطويعه ليلائم أحتياجات الصحافة والجمهور العربيين .

4ـالمواقع الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية :

أتت الفترة التي أستغل فيها الإنسان الفضاء إتصاليا وإعلاميا لتمثل متغيرا كبيرا في حياة الافراد والشعوب والدول نتج عنه متغيرات عصفت بجميع وسائل الاعلام والاتصال ودعمت مركزية التلفزيون والصورة المرافقة للاحداث على مستوى العالم كله . "ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مداراتها فقد ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان[1] .

وقد أدى تطور أقمار الأتصال وأقمار البث المباشر في الثمانينات إلى حدوث تغيرات ملموسة على الاتصال التفزيوني ، وهناك العديد من أقمار البث المباشر في أوربا منها القمر الفرنسي TDF الذي أطلق عام 1988 ويبث إرسال القناة الفرنسية بلوس Canal Plus ، والقمر الألماني للبث المباشرTVs AT2 الذي أطلق عام 1988 والقمر الأوربي أولمبي Olympus الذي أطلق عام 1989 والقمر البريطاني للبث المباشر BSB عام 1989 ويحمل خمس قنوات منها قناة للافلام وأخرى رياضية وواحدة للاطفال . وقد أستغلت الولايات المتحدة أقمار الاتصال في الاعلام الدولي وثبتت على اقمارها أهم محطة تلفزيونية إخبارية هي

---

[1] فرانك مراميه واخرون. . الفضاء العربي (الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر) ترجمة فردريك معتوق. بيروت 2004.ص15 .

CNN من أطلانطا التي تبث على مدار الساعة وتصل لمعظم أنحاء العالم مستخدمة عدة أقمار صناعية . وفي آسيا تعد اليابان أكثر الدول لآسيوية أهتماما بنظام البث المباشر حيث تملك عدة أقمار مخصصة البث وانتقلت عام 1990 إلى السوق العالمية عندما وقعت عقدا كبيرا مع شركة هيوز الاميركية لصناعة الاقمار الصناعية لأجل اطلاق خدمات تلفزيونية مباشرة الى المشاهدين والتي تضم 100 قناة تشتمل على قنوات للافلام والرياضة وغيرها[1].

أما دخول البث الفضائي وأستخدام الاقمار الصناعية في الوطن العربي فقد بدأ أول الأمر في منطقة المغرب العربي ، "فقد أستفادت كل من المغرب والجزائر من البث التلفزيوني الاوربي كما سمحت تونس لهيئة التلفزيون الايطالي RAI بإقامة محطة تقوية في العاصمة تونس[2] ويعد تاريخ 8 شباط 1985 معطفا إعلاميا وتكنلوجيا أتصاليا كبيرا في التاريخ العربي الحديث، إذ كان تاريخ إطلاق أول قمر صناعي عربي Arabsat A1 ثم تلاه في حزيران إطلاق القمر الصناعي الثاني Arabsat B1 . وفي عام 1990 شرع أتحاد إذاعات الدول العربية في الاستفادة من القناة 23 كأول قناة يتم استئجارها على عربسات وتسخر على مدار الساعة للخدمة التلفزيونية الاقليمية المتمثلة في نقل الاخبار والبرامج المتبادلة بين الهيئات التلفزيونية ، كما وقع اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري أتفاقا مع عربسات في حزيران 1990 لإستئجار القناة الغزيرة الإشعاع لمدة ثلاث سنوات ، وفي 12 كانون الاول 1990 بدأت

---

(1) د.أحمد بدر ، الاعلام الدولي ندراسات في الاتصال والدعاية الدولية . القاهرة 2002 ص 18.

(2) صالح خليل أبو أصبع،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ،عمان ، دار آرام للطباعة والنشر.1995 ص 27 .

القناة المصرية بثها المنتظم وكانت هذه الخطوات بمثابة نقطة البداية لإنطلاق الشبكة الفضائية العربية ، وقد تزامن هذا مع خطوات سعودية تمثلت في أستئجار القناة القمرية الثانية في الحزمة S وخصصت لبث برامج مركز تلفزيون الشرق الاوسط (MBC) ، حيث بدأ بث برامجه من لندن في 18 أيلول 1991[1].

وأدى أنتشار القنوات الفضائية بشكل كبير في بداية التسعينات والتي بلغت عام 2000:"(452 تبث معظمها باللغات الاجنبية) ، إلى إعادة إعادة تشكيل عميقة للساحة التفزيونية العربية بتنويعها للعرض والمضمون البرامجي[2] وقد أدى ظهور وتطور تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية الجديدة والتنامي العالمي للعرض الفضائي إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية في ما يتعلق بالبث والانتاج والتقاط البرامج والافلام "ولم يعد المجال الفضائي مجرد سماء صافية بل بل مجالا للمنافسة التجارية والسياسية أبطل فاعلية استراتيجيات بعض الحكومات لضبط مجالها الوطني ، وكان هذا بداية لظهور فضائيات عربية نافست الحضور الاعلامي الأجنبي وأوجدت فضاءا عربيا مؤثرا في تجاهات الرأي العام العربي[3].

ورغم ان الكثير من الفضائيات العربية بمختلف أتجاهاتها قد ظهرت لتغزو شاشات التلفزيون إلا أن الفضائيات الإخبارية كانت الأبرز

---

(1) مجد الهاشمي.الاعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية.دار المناهج.عمان 2001 ص 80.

(2) فاروق أنيس جرار، الرسالة والصورة ،قضايا معاصرة في الاعلام.عمان 2001 .

(3) عاطف عدلي العبد. التبادل الاخباري التلفزيوني العربي .دار الفكر . القاهرة 1991 ص 129.

نتيجة للحواجز التي تغلف الواقع السياسي العربي والدور المحدد للتلفزيونات الوطنية العربية المملوكة للحكومات ، "وقدمت هذه الفضائيات الإخبارية نكهة تلفزيونية جديدة تمثلت بالاكثار من البرامج الحوارية وتلك التي تعتمد على الاتصال المباشر مع الجمهور ، وهو يعني إعطاء جمهور المشاهدين مكانة مهمة في الصلة مع الوسائل الإعلامية التي يرتقي أداؤها من خلال تواصلها المباشر وتعرفّها على رجع الصدى الفوري لجمهور المستقبلين لرسائلها الإعلامية"[1] ويعتبر الدكتور تيسير أبو عوجة أن "الفضائيات الإخبارية قدمت للعمل الإخباري أشياءا جديدة تتمثل بما يلي :

- تقدم هذه القنوات نشراتها الإخبارية بهيكلية إخبارية تقوم على أساس أهمية الحدث وليس حسب التنظيم الهيكلي الروتيني الذي تلتزم به النشرات الإخبارية الرسمية العربية .
- تنوع النشرات الإخبارية بحيث تتضمن بالإضافة إلى الأخبار القادمة من الوكالات التقارير الوافية من المندوبين والمراسلين الخاصين الذين تعتبر رسائلهم الإخبارية إضافة خاصة تتفرد بها القناة الإعلامية .
- تتضمن حوارات مباشرة يتم إجراؤها أثناء تقديم النشرات سواء مع المراسلين أو مع الشخصيات المعنية بالاحداث .
- إضافة إلى ذلك إعطاء مساحة مهمة للأخبار الأقتصادية عبر نشرات متخصصة. هذا بالاضافة إلى مزايا أخرى تتعلق بالاسئلة الاستشرافية التي تدخل في باب التوقعات وقراءة المستقبل"[2].

---

(1) تيسير ابو غزالة.الإعلام العربي-تحديات الحاضر و المستقبل-دار مجدلاوي.عمان 2000ص204

(2) المصدر السابق نفسه ص 206 .

الأخبار عبر الأنترنت :

أصبح الأنترنت أداة ضرورية في القرن الواحد والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية ، كما أن بإمكاناتها المتقدمة في الأتصالات وتعدد أوساطها إستطاعت أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسط واحد ، ويقول برودي "بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه (النافذة إلى العالم) فإن الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة والمشبوكة عن طريق الأنترنت –تعمل في الحقيقة على وصل المستخدم بالعالم(1).

إن خصوصية الأنترنت من حيث تطوير تكنلوجيا الإعلام تقع أساسا في حقيقة أن مشاركة المستخدم هي أحد أسسه الرئيسية مما يعطي إنطباعات إضافية عن كيفيّة أستخدام هذه التكنلوجيا وتشكيلها حسب الحاجات والعادات الاستهلاكية للجماهير .

و بالرغم من الفوائد العديدة والاستخدامات العملية لتكنلوجيات الإعلام الجديد ، لم يغطي الإنترنيت كليا أدوار الإعلام التقليدية المرتبطة بالتلفزيون والإذاعة ، ويشير كاستلز إلى" قبول التلفزيون والفيديو كوسائل للتسلية بينما يحتفظ الراديو بدور المرافق بينما تعد أفضل استخدامات الانترنت خاضعة لمصالح المستخدمين(2). ويوضح أيضا كيف أن الأخبار والمحتويات المتضمنة للمعلومات هي " مجالات أثبت فيها كل من التلفزيون والأنترنت وجودهما ونجاحهما ، وبينما

---

(1) Brody,Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvery of the electronic media in the middle East..Lowa State University Press.

(2) Castells,M.(2001)The Internet Galaxy:Reflections on the Internet,Business,and Society.Oxford University Press .p 193

أتخذ الناس الأنترنت بشكل كثيف إل أنهم أبقوه بعيدا عن التلفزيون وبشكل عام لمعظم وسائل الإعلام العالمية فيما عدا التقارير الإخبارية[1] ومع التجارب العالمية التي كرست الحضور المتزايد للجمهور وأعتمد فيها على الانترنت كمصدر مباشر للمعلومات "الأنتخابات الأميركية عام 2000 التي كان 20 ٪ من الأميركيين يحصلون على أخبارها من الانترنت ، وخاصة عند الأجيال الشابة ، كما أن ثلث شباب أميركا تحت سن الثلاثين يحصلون على أخبارهم عبر الشبكة مرة واحدة إسبوعيا على الأقل[2]. ويقول أليكساندر في ذات الموضوع.

عندما أندلعت الحرب في العراق في مارس 2003 فإن 17 ٪ من الشعب الأميركي أستخدم الأنترنت كمصدر أساسي للأخبار في حين حصل 89 ٪ منهم على تلك الأخبار من التلفزيون ، ومن الجدير بالذكر أن ال 17 ٪ الذين كانوا يحصلون على الأخبار مباشرة من الأنترنت فإن المواقع الألكترونية التي كانوا يصلون إليها كانت على الأغلب مرتبطة بإعلام الأخبار ذات الأتجاه السائد مثل CNN و M SNBC[3].

ولعل ما ذهب إليه أليكساندر ينطبق على التلفزيون والأخبار المطبوعة ، فالأنترنت بات "أمرا ضروريا لإستمرارية وتوسع هذه الوسائل

---

(1) المصدر السابق نفسه ص 192

(2) Eveland Jr.,W.and Marton,K and Seo , M.(2004)Moving Beyond"Just the Fact":The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge.Communication Research,, 31(1):82-108.

(3) Alexander,A.(2004)Disruptive Technology:Iraq and the Internet Lies:Propaganda and media Distortion in in Miller, D(ed.) Tell Me the Attack on Iraq.Pluto Press. P 132)

الإعلاميـة[1] ،ويـرى ليسـتر أن الإعـلام الجديـد إذا واكـب التفاعـل مـع وسـائل الإعـلام التقليديـة فـإن ذلـك سـيمنحه " منطـق أقـوى لإنشـغال المسـتخدم في نصـوص الإعـلام ، وعلاقـة أكثـر إسـتقلالا مـع مصـادر المعرفة ،وإستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي وخيار أكبر للمستخدم ، وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها النـاس مـع المصـادر الإخباريـة علـى الأنترنـت مباشـرة ومشـاركتهم الفعالـة في تـدفق المعلومـات سـبيل لمعرفة تأثير الأنترنت على البنية السياسية للمجتمع[2].

ان الأنترنت يعطي إنطباع المجال الحر لتدفق المعلومات والأخبار الـتي يـتم تقـديمها مـن خـلال الوسـط نفسـه وخاصـة أثنـاء الحـروب والنزاعـات السياسـية ، وقـد أوجـد أخـتلاف الأخبـار والمعلومـات علـى الأنترنت تنافسا بين مزودي الأخبار المختلفين خارج الشبكة ، وتحديات إتبـاع الأنمـاط التقليديـة للإعـلام والأخبـار مـع تكنلوجيـا الأتصـالات لجديدة والأنترنت التي أصبحت ممكنة بين هذه المنظمات لإحداث وجود مميز وقوي لعالم الأنترنت المباشر على الشبكة العالمية WWW . وقد تمكـن الأنترنـت مـن إثبـات وجـود قـوي للبـاحثين عـن الأخبـار والمعلومـات والراغبين بالحصول على أخبار فورية وهـو مـا دفـع اغلـب وسـائل الإعـلام المرئيـة والمقـروؤة والمسـموعة إلى إنشـاء مواقـع ألكترونيـة تواكـب هـذه الرغبـة وتماشـي أمكانـات الأنترنـت في القـدرة علـى التحـديث والإضـافة على الأخبار والتقارير الصادرة على مدار الساعة

---

(1) المصدر السابق نفسه ص141.

(2) Lister , M. Dovey , J. Giddings , S. Grant, I. and Kelly, K. (2003) New Media:A Critical Introduction.Routledge.

المواقع الإخبارية :

خلال نهايات القرن الماضي ، تأثر الشرق الأوسط بالعولمة التي أفرزت متغيرات واضحة في مجال صناعة الإعلام والأتصالات ، وبدأت الحكومات التخفيف من رقابتها على المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي ، ووصف هنري وسبرنغبورغ ذلك بالقول " إن أحد معايير القدرة السياسية لنظام ما في القرن الحادي والعشرين هو شفافيته وإنفتاحه على المصادر الجديدة للمعلومات[1] . ويضيف "في العديد من دول الشرق الأوسط فإن التطورات السياسية لعبت دورا مهما في السماح بحرية التعبير والحصول على الأخبار من مصادر مرنة وتم إصلاح أجهزة رقابة وزارات الإعلام للسماح لوسائل الإعلام بممارسة سلطتها الذاتية ودورها الكامل في المجتمع[2]. ومن الظواهر التي صاحبت هذه المتغيرات التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط والدول العربية على وجه الخصوص نمو القطاع الخاص مما هيأ الأجواء لإستقلال العديد من الهيئات الإعلامية عن مؤسسات الدولة فشهدت المنطقة تدفق الصحف والإذاعات والفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية والسياسية حتى بلغت في عام 1997 أكثر من 100 قناة فضائية كان أغلبها ذو طابع ترفيهي ، أما من ناحية مزودي الأخبار فقد ظهرت عدد من الفضائيات المتخصصة بالأخبار ، ولعل "القناة الرائدة في هذا المجال والأكثر تأثيرا في الشارع العربي فيما تقدمه من مناظرات سياسية مفتوحة وحرية التعبير ونقل الأحداث دون تلوين أو مواراة هي قناة الجزيرة القطرية التي تقدم

---

(1) Henrym C. and Springbor R.(2001)Globalization and the Politics of Development in the Middle East . Cambridge University pess P.P 298.

(2) المصدر السابق نفسه، ص345.

أخبارها على مدار 24 ساعة[1] والجزيرة قناة فضائية قطرية كانت بدايتها في شهر أبريل عام 1996م حيث كانت فرع عربي لقناة BBC الاخبارية البريطانية في قطر ثم تم أستملاكها بكامل معداتها وأجهزتها بدعم من الحكومة القطرية وبميزانية قاربت 50 مليون دولار وقد أدى نجاح "الجزيرة" كفضائية عربية مزودة للأخبار(يشاهدها أكثر من 45 مليون مشاهد عربي)[2] إلى ظهور فضائيات أخرى مزودة للأخبار لعل أهمها قناة "العربية" التابعة الى MBC والتي بدأت بثها من دبي في الإمارات العربية المتحدة خلال الحرب على العراق عام 2003 م وقناة الإخبارية السعودية، كما ظهرت قناة أخرى تعد نتاجا للوجود الأميركي في المنطقة وداعمة للسياسة الأميركية هي قناة "الحرة" . وتقول دانيا أسماعيل أنه "ورغم وجود العديد من القنوات الفضائية الإخبارية في المنطقة إلا أن قناتا "الجزيرة" و"العربية" تميزتا بإتباع سياسات مختلفة من حيث أجندات التحرير ميزهما كل عن الأخرى وأضافا من خلالها تنوعا جديدا في صحافة الأخبار العربية[3]. ولتوزيع الخدمة المقدمة من قناة "الجزيرة" ولغرض الوصول إلى أكبر عدد ممكن من متحدثي اللغة العربية بأي مكان في العالم أنشأت الجزيرة نت كموقع إخباري، وظيفته الأساسية "استكمال الدور الريادي لقناة

---

(1) دانيا أسماعيل .دراسة لتطورات وحدود الأخبار المباشرة على الأنترنت في العالم العربي . كلية جولد سميث.جامعة لندن 2004 ص 29

(2) محمد السيد سعيد . الإعلام العربي في عصر المعلومات(الاتجاهات والقوى الجديدة في فضاء الإعلام العربي) .مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية .. أبو ظبي 2006 .ص 31

(3) Kawamoto.K.(2003)Digital Journalism;Emergine Media and the changing .Horizons of Journalism,Oxford;Rowman&Littefield Publishers Inc. ص 32

الجزيرة في تطوير الرسالة الإعلامية العربية وتمكين الجمهور العربي من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار وتحليلاتها على شبكة الإنترنت وتحقيق رؤية متوازنة وموضوعية وحيادية. ويقدم الموقع خدماته لعدد كبير من الزوار حيث بلغ حوالي الـ 85 مليون صفحة مشاهدة شهريا حسب إحصائيات عام 2003 أي مليار و14 مليون صفحة مشاهدة خلال عام 2003. ويأتي زوار الموقع من مختلف البلدان ومن خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة. كما يعرض موقع الجزيرة نت للبث الحي جميع البرامج الحية والمسجلة من قناة الجزيرة بالصوت والفيديو والنص ويتميز بعرض سريع للأخبار العاجلة، كما إن هناك العديد من الأقسام الأخرى مثل قسم الأخبار وقسم لآخر التطورات الاقتصادية، وقسم العلوم، وقسم الطب والصحة، وقسم الرياضة، وقسم الثقافة والفنون، إضافة إلى خدمات أخرى مفيدة لجمهورها العربي وهي متابعة الصحافة العربية والدولية في قسم جولة الصحافة، وقسم الملفات الخاصة الذي يعرض دراسات ومعالجات معمقة وموسعة لأبرز القضايا على الساحتين العربية والدولية[1].

أما موقع "العربية نت" فقد أفتتح في يونيو 2004 كوسيلة إخبارية عربية على الشبكة العالمية WWW تدعيما لما تقدمه قناة "العربية" ، وتعود ملكية القناة والموقع إلى شركة المجموعة الدولية القابضة العربية السعودية ARA والتي تمتلك أيضا MBC . وكما هو حال "الجزيرة" فإن "العربية" موقعا وفضائية يعملان من مدينة الإعلام في إمارة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة . موقع "العربية نت" يصدر

---

[1] موقع الجزيرة نت www. aljazeera.net.

صفحاته باللغة العربية و"تدرس إدارة الموقع حاليا إمكانية توسيع عملياتها ليكون الموقع باللغة الإنكليزية أيضا"[1]. ومن الواضح خلال تجربة "الجزيرة" و"العربية" كمواقع ألكترونية مولودة من رحم قنوات فضائية إخبارية" سوف تشهد مزيدا من التطور حيث تشير مراحل نمو وبناء هذه المواقع وتحميل الصوت والصورة والبرامج في صفحاتها إلى حسن أستخدام لتقنيات الأنترنت قياسا بمواقع ألكترونية عربية أخرى سواء كانت أمتدادا للتلفزيون أم لوسائل إعلام أخرى[2]. ورغم أن الفضائيات ألإخبارية العربية تستقطب أعداد كبيرة من متابعي الأخبار في العالم العربي إلا أن رغبة المواطن العربي في المشاركة في الإدلاء برأيه سواء في القضايا السياسية أو الإجتماعية أو سواها ، سواء كانت تلك المشاركة نقدا أو تحليلا أو كشفا لحقائق معينة ' جعلت من المواقع الإخبارية التابعة لتلك الفضائيات ساحة رحبة لتلقي تلك المشاركات وبالتالي مشاركة متابعو هذه المواقع والمشاركون فيها إغناء الموقع بمعلومات إضافية عن الأخبار والتقارير التي تقدمها الفضائية من على شاشة التلفزيون .

---

(1) عمار بكار مدير موقع العربية نت ,مقابلة خاصة مع الباحث . 25 /2006/09 .

(2) حسن عماد مكاوي . الفضائيات العربية ومتغيرات العصر .المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام . الدار المصرية اللبنانية . القاهرة 2005 ص 439 .

الفصل الثالث

تجليات الخوف في الصحافة بثاء الخوف وانكسار البنية القيمية في الصحافة العربية

يتناول هذا الموضوع بعض العوامل التاريخية والمؤثرات الاجتماعية الحاضرة التي أسهمت في تأسيس بنية الخوف في الصحافة العربية. وتشمل هذه البنية آلية الاستبداد الذاتي والمراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار وأشكال الخوف في الأداء أو الإلغاء في الممارسة الإعلامية. وسواء أكان الخوف أو "التخويف" مقصودا على حد نظرية شومسكي أو من نتاج الحياة المعاصرة على حد نظرية فرودي، و بغض النظر ما إذا كان داخليا أو تمليه الظروف الخارجية، فإن الأثر أن ينتقل جو الخوف إلى الجمهور المتلقي إلا ما ندر فيعطل ذلك إمكانيات المجتمع وقدراته على الفعل و الإبداع . أما المخرج (بفتح الميم) فيكمن في نظرنا في إعادة تأسيس البنية القيمية و الواقع المعايش و إبراز التقاليد الصحفية الرائدة وإن قلت، و في حدها الأدنى تبدأ هذه البنية في إعادة تشكيل مواثيق الشرف الصحفية و ترسيخ مباديء حقوق الممارس الإعلامي و مسؤولياته وحق المواطن في الإعلام "النير" وربط كل ذلك بالمنظومة القانونية ذلك أن الصحافة تدخل في فضاء "المجال العام" و مصلحة الأمة وليس "المجال الخاص" الذي تمليه الاعتبارات الذاتية و الظرفية الأخرى .

يعتبر "الخوف" ظاهرة مبنية في الحياة ذاتها مثل الحالات أو المشاعر النفسية الاجتماعية المتعددة كالقلق و التوتر والاحباط والجرأة و الحماس والشجاعة الخ.، ولكل من هذه السمات معنى وحالة خاصة يميزها. و الخوف انفعال من جملة العناصر الأخرى التي تشكل مزاج الإنسان و تحكم نفسيته. ويمكن مقاربة "الخوف" بنيويا (بالاستناد إلى التضاد الثنائي binary opposition) فيما يقابله أي "الأمن." فالخوف يصبح في هذه الحالة ما يريك الأمن بمفهومه الواسع كالأمن الذاتي

الاجتماعي " الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف. [1] ويمكن أن يأتي في الجانب الآخر من الخوف "الرجاء" كما يرد ذلك في كتب التراث. ويقابل الخوف في الأدبيات الإعلامية "الحرية،" فالخوف في هذه الحالة يشل "حرية" الصحافة في التعامل الإيجابي مع قضايا المجتمع. وأحيانا يكون الخوف رد فعل لحالة غير شعورية أو آثار تحيز ذو طبيعة ابستمولوجية تاريخية مثل حال العقلية الغربية التي أحيانا "لا تعرف الإثبات إلا من خلال النفي، [2] فينتج هذا العقل خطابا إعلاميا يبني الخوف و الخصومة في الآخر ويعمل على "شيطنة العدو." و بمعنى آخر، يصبح الآخر وعاء لكل ما يخافه بوصف ذلك مصدر تهديد على مستويات شتى.

و الخوف مسألة تبدو نفسية فحسب إلا أنها تشمل أبعادا ثقافية و اجتماعية وتاريخية و أخرى إعلامية، وهو إذا ظاهرة متعددة الأبعاد.

فالخوف نفسيا ظاهرة فطرية، أي يمكن القول مجازا أن الإنسان خائف بطبعه، وفي ذلك حكمة، فإذا أحسن الفرد توظيفه قاده إلى الأمن (أو الأمان) و إلا تحول به الأمر إلى حالة مرضية. وبمعنى آخر فالخوف طبع منقوص، أي مذموم في ذاته، ولكنه ضروري متى كان توظيفه باعتدال. و قد دقق الأقدمون من العلماء في هذه الصفة ورتبوها إلى أنواع ومنازل.

فقد عرف أحمد المقدسي الخوف أنه " "تألم القلب و احتراقه بسبب توقع مكروه في الاستقبال [3] و اعتبره "سوط الله تعالى يسوق به عباده

---

[1] قريش، 4

[2] محمد عابد الجابري،" آليات تشويه صورة العرب في الإعلام الغربي،" في:
http://ww.balagh.com/,pspa/garb/Li0m0u4l.htm

[3] أحمد بن قدامة المقدسي، **مختصر منهاج القاصدين** المكتبة العصرية، لبنان، 2003، ص. 306-307

إلى المواظبة على العلم و العمل." وذكر أن آثار الخوف قمع الشهوات واستكانة القلب وتأدب الجوارح ومفارقة الكبر و الحقد و الحسد. و قد أورد في الخوف عدة مستويات . فقد صنف الخوف إلى خوف إفراط و خوف اعتدال و خوف قصور. فالخوف المفرط "مذموم" يقود إلى اليأس و القنوط و يمنع من العمل وقد يخرج إلى الوله و الموت. و الخوف المعتدل "محمود" يفضي إلى المقصود المراد منه و يؤدي إلى "الحذر و الورع و التقوى و المجاهدة و الفكر و الذكر و التعبد و سائر الأسباب التي توصل إلى الله تعالى." و الخوف القاصر ضعيف النفع قليل الجدوى وهو أشبه "بالقضيب الضعيف الذي يضرب به دابة قوية فلا يؤلمها ألما مبرحا، فلا يسوقها إلى المقصد و لا يصلح لرياضتها وهذا هو الغالب على الناس كلهم إلا العارفون و العلماء.[1]

واعتبر المقدسي أن الخوف من الله وخشيته أعلى منزلة في الخوف. قال تعالى "ولمن خاف مقام ربه جنتان.[2]

وقال "رضي الله عنهم ورضوا عنه ذلك لمن خشي ربه.[3] وجاء عن الرسول (صلعم) "إذا اقشعر جلد العبد من مخافة الله عز وجل تحاتت عنه ذنوبه، كما يتحات عن الشجرة اليابسة ورقها.[4] وفي حديث آخر "لن يغضب الله على من كان فيه مخافة.[5] وفي حديث في نفس المعنى "عينان لا تمسهما النار أبدا: عين بكت من خشية الله، و عين باتت تحرس في سبيل الله.[6] و بين المقدسي أيضا أن أخوف الناس أعرفهم

---

(1) ن، م، س

(2) الرحمن، 46

(3) البينة، 8

(4) أحمد، 309.

(5) ن،م،س.

(6) ن، م، س.

بنفسه و ربه. قال تعالى "إنما يخشى الله من عباده العلماء.[1] وفي حديث الرسول (صلعم) أيضا "أنا أعرفكم بالله، وأشدكم له خشية.[2] كما فصل المقدسي في مقامات الخائفين و ذكر "ومنهم من يغلب عليه خوف الاستدراج بالنعم، أو خوف الميل إلى عن الاستقامة، ومنهم من يغلب عليه خوف سوء الخاتمة.[3]

و قد ذهب الأقدمون أبعد من وصف "الخوف" ذاته ورأوا بأن حياة الفرد توازن بين الخوف و الرجاء، و ينطبق ذلك على العبادات و المعاملات. و بينوا في ذلك أن الجامع بين الخوف و الرجاء محبة الله تعالى، وشبهوا هذه العملية بالطائر الذي يكون رأسه المحبة و جناحاه الخوف و الرجاء. فالخوف من الله في هذه المنظور يحول الأنواع الأخرى من الخوف إلى ظواهر نسبية لا تعلو عن خوف الله أو تماثله.

و الخوف سمة من سمات الأنبياء و العلماء و الصالحين. فقد ورد ذكر الخوف مرارا في القرآن الكريم عن سيدنا موسى عليه السلام ولعل ذلك ما جعله يؤدي رسالة النبوة باستحقاق. فلما قتل قبطيا "فأصبح في المدينة خائفا يترقب[4] ولما علم بتآمر الملأ عليه "فخرج منها خائفا يترقب،[5] ولما قضى الأجل و آنس بجانب الطور و سمع النداء انتابه الخوف أيضا "وأن ألق عصاك فلما رآها تهتز كأنها جان ولى مدبرا ولم يعقب يا موسى أقبل و لا تخف إنك من الآمنين.[6] ولما هم بالذهاب إلى فرعون "قال رب إني قتلت منهم نفسا فأخاف أن يقتلون،[7] ولما طلب صحبة أخيه هارون

---

(1) فاطر، 28
(2) أحمد، 306.
(3) ن، م، س، 308.
(4) لقصص ، 18.
(5) القصص، 21
(6) القصص، 31
(7) القصص، 33

قال "فأرسله معي ردءا يصدقني إني أخاف أن يكذبون،[1] ولما ألقى عصاه فإذا هي حية تسعى "قال خذها و لا تخف،[2] ولما أمره الله تعالى بالذهاب مع أخيه إلى فرعون "قالا ربنا إننا نخاف أن يفرط علينا أو يطغى. قال لا تخافا إنني معكما أسمع و أرى.[3] و لما ألقى السحرة حبالهم "فأوجس في نفسه خيفة موسى. قلنا لا تخف إنك أنت الأعلى،[4] وهكذا. فالخوف من خشية الله إذا قيمة يتصف بها أولياء الله من عباده المخلصين.

وعامة، فقد اعتبر الأقدمون أن الخوف "سنة" إلهية تنعكس على الفرد بالإيجاب متى كانت عنصرا في توازن الفرد و استقامته. فإذا كان الخوف بمقداره أو "باعتدال" كان ذلك من طبيعة الأشياء، إلا أن الخوف يتحول إلى حالة مرضية فيصبح أداء تعطيل أو تدمير على مستوى الفرد و الأمة على حد سواء .

و قد صنف علماء النفس المحدثين الخوف الزائد عن حده بالمرض النفسي وسموه "بالفوبيا" (phobia) و مرده الشحنات السلبية المستقرة في لا شعور الفرد بفعل تجارب مؤلمة سابقة مع الخوف. و قد ذكروا عددا واسعا من أصناف الفوبيا التي نمت و تفرعت مع تطور المجتمع المعاصر و من ذلك الخوف من العلو (acrophobia) ، الخوف من المساحات المفتوحة (agoraphobia) ، الخوف من الرعد و البرق (brontophobia) ، الخوف من الفشل (atychiphobia) الخوف من البحر (thalassophobia) الخوف من التغيير

---

(1) القصص، 34

(2) طه، 21

(3) طه، 45-46

(4) طه 67-68.

(metathesiophobia) الخوف من الأجانب (xenophobia) ، الخوف من الإسلام (islamophobia) و الخوف من التكنولوجيا (technophia) و القائمة طولية.[1] ويمكن إضافة الخوف من الصحافة إن لم يأت ذكرها بعد فأمكن تسميتها في هذه الحالة ب (pressphobia) أو (mediaphobia) .

و الخوف المرضي يتحول إلى ظاهرة ثقافية إذا ولد المجتمع "مألوفات و محظورات" تخويفية" تتدخل في تنشئة ثقافة الفرد ، فتترك هذه التنشئة بصمات على الأفراد بغض النظر عن الفروق الذاتية. و الحاصل أن بعض الثقافات و لضعفها "تبالغ" في ترسيخ الخوف و تنسج عالما من الأساطير و الوقائع عن "الوحوش" و "الخوارق" التي تنمي "ثقافة الخوف" و تحول دون التعبير و الإبداع في شتى مجالات الحياة.

و الخوف أيضا علاقات اجتماعية ، و قد يتسرب الخوف إلى الخطاب اليومي بين أفراد المجتمع فيصبح ظاهرة اجتماعية. و يمكن أن نلمس هذا المشهد جزئيا في المنطقة العربية بشدة الحساسية تجاه موضوع "السياسة ، " فتبدو السياسة فضاء مملوءا بالمخاطر رغم أن السياسة جزءا من الحياة . فمن وجهة نظر معينة ، يمكن أن تكون السياسة حياة و الحياة سياسة إن صح هذا التعبير.

و يتدخل التاريخ في نقل الموروث بما في ذلك الخوف ، وذلك إما في شكل تجارب سلبية في شكل ممارسات تسلطية أو انهزامات و انكسارات.

و يتدخل الخوف في الصحافة في أكثر من محور. فأحيانا تكون أداء تحويل الخوف ، و أحيانا تعلب دور ال[illegible] الاجتماعية للخوف عندما

---

(1) انظر مثلا

The Phobia List, in http://www.phobialist.com

يتعلق الجمهور بهذا النوع من المحتوي، وفي أوقات تكون مصدر الخوف داخليا و في العلاقة مع المحيط الخارجي. و تتفاعل الصحافة بدورها مع "الجو" الثقافي و الاجتماعي و التاريخي المرتبط بالخوف إما إيجابا عندا تسعى إلى تجاوزه أو سلبا عندما تعززه.

الخوف في الصحافة: بعض المفاهيم النظرية

إن الخوف في الصحافة وإن كان متعدد الأبعاد فهو يخص الخوف من الرقابة سواء أكانت هذه قبلية (pre-control publication) أو بعدية (post-publication control) . و"الرقيب" قد يكون محددا كأن تكون وزارة أو قضاء أو سلطة أمنية، الخ. و قد لا يكون معروفا و إنما يبرز في شكل أوامر من جهة ما. إن مثل هذا الخوف وإن كان مبررا ظاهريا فإنه حالة مرضية تعطل أو تبطل مفعول الصحافة ووظائفها في المجتمع. ويمكن تعريف الخوف في الصحافة عامة بأنه التصور الذي يحمله الصحفي (أو حتى مؤسسته) وهميا أو حقيقيا عن المخاطر المحدقة بالنتائج المترتبة عن تناول موضوع يمس طرفا أو أطرافا ذات نفوذ في المجتمع. و يتضمن الخوف في الصحافة أيضا الخوف من الصحافة و التخويف بها. فالخوف في هذه السياق حالة ضعف سواء كان ذلك على مستوي الفرد أو المؤسسة الإعلامية. وقد يكون الخوف حالات محددة و ذلك أيسر بالمقارنة و قد يكون مبثوثا بشكل غير مباشر في مضامين وسائل الإعلام فيتحول إلى جزء من سمات الخطاب الإعلامي السائد. إن الخوف الذي نعتمده في هذا الموضوع هو الخوف المرضي أو (phobia) الذي يزيد عن حده و ينقلب بالسلب على الصحافة و الفرد و الأمة.

الخوف في الصحافة: بعض الخلفية التاريخية

ارتبط الخوف في الصحافة تاريخيا بالخوف من الكلمة و بالأحرى المكتوب. فالخوف من المكتوب مرده الخوف من انتشار الفكرة أو

الأفكار التي يصعب أو قد يستحيل التحكم في الأثر الذي يمكن أن تحدثه هذه الأخيرة في أوساط "الرعية" أو عامة الناس. ويؤدي انتشار الفكرة أو الأفكار خاصة إذا كانت تعيد النظر في المسلمات إلى إضعاف سلطة الحاكم أو السلطة السياسية وإضفاء نوع من السلطة (empowerment) على الآخر أيا كان. فالمكتوب أوجد ثقافة جديدة صعب التحكم في مجراها و آثارها. وكان ذلك المحرك في سيطرة الحاكم أو السلطة السياسية على هذه الوسيلة لحظة نشأتها خاصة في أوروبا بدءا بالقرن 16. وساد النظام أو النظرية السلطوية في الصحافة أوروبا في القرنين 16 و 17وظهرت جل الآليات الخاصة بالرقابة في تلك الفترة. و ارتكز هذا النظام على مبدأ "الضبط القبلي" (law of prior restraint) ويعني ذلك أن تحدث الرقابة قبل النشر، فالموضوع ينشر بعد موافقة الجهة الرسمية مسبقا. والحاصل أن "السيطرة" عل الصحافة كان أيضا وليد البنية الذهنية التي سادت في التراث الغربي آنذاك من أنه ليس "للرعية" دور في العملية السياسية وأن السياسة مجال الخاصة كما نجد ذلك في أصول الفلسفة اليونانية قديما. و يبرز هذا المعنى كذلك عند ميكيافلي في كتابة "الأمير" والذي يعتبر أن رأي "العامة" مهم بقدر ما يسمح للحاكم من اتقاء شره. وإذا، فإن الرقابة الصحفية نشأت في أوروبا قبل أن تتكرر هذه الآليات في المنطقة العربية لاحقا. وقد اهتزت هذه البنية الذهنية في أواخر القرن 17 وبداية القرن 18 بإسهامات فلاسفة التنوير الذين أعادوا "منطق العقل" إلى "منطق الفرد" فأصبح الفرد في نظرهم مصدر الحكم و أداته. و ترتب عن ذلك أن ظهر الحديث عن "حرية التفكير" و "حرية الرأي" وَ

"حرية الصحافة" كشرط في بناء "العقد الاجتماعي" الذي يحكم العلاقة بين الحاكم و المحكوم. و اعتبر ميل[1] مثلا أن حرية التفكير حقيقة عليا وأن لا مبرر لحجب الأفكار بحكم أن الفكرة الصحيحة تفرض نفسها على الفكرة الخاطئة في سوق حر للأفكار. واندرج ذلك فيما نعرفه بالنظرية الليبرالية في الصحافة. ثم نمت هذه النظرة الجديدة مجددا في عدد من المنظومات الإعلامية الغربية المعاصرة كالمسؤولية الاجتماعية (social responsibility theory) و الإعلام المرتبط بقضايا المجتمع (civic journalism) في أمريكا و الخدمة العامة (public service) في أوروبا و اليابان.

إن خوف الحاكم من أثر الصحافة على تفكك آليات الضبط الاجتماعي آنذاك كان في محله، لكن هذا التفكك كان ضروريا "أو حتميا" أدى إلى إعادة بناء النظام الاجتماعي على أسس قائمة على مراعاة "حقوق الفرد" و المصلحة العامة. فقد أدى انتشار المكتوب في أوروبا مثلا إلى إضعاف سلطة الكنيسة والإقطاع وظهور الحركات الإصلاحية الدينية التي ارتبطت ب "لوثر" في ألمانيا و "كالفين" في فرنسا و غيرهم. و كان لأثر هذه الإصلاحات أن تولد المجتمع الرأسمالي الغربي المعاصر كما بين هذا الارتباط بين الإصلاح و المجتمع الجديد ماكس فيبر في مؤلفه "الأخلاقيات البروتستانتية و روح لرأسمالية.[2]

وقد دخلت الصحافة إلى المنطقة العربية و الإسلامية و هي (أي المنطقة) في حالة ضعف أو "انحطاط" تاريخيا و حضاريا، ومن ثم كان التعامل مع هذه الوسيلة ظاهرة أملتها ظروف خارجية. وتأثر دخول الصحافة "بمفهومها المعاصر" إلى المنطقة العربية بعوامل عدة منها أن

---

(1) John Steward Mill, On Liberty

(2) Max Weber, **Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism**,

الخلافة العثمانية كانت في مراحلها الأولى تخشى[1] دخول "المطبعة" إلى المنطقة. فقد دخلت المطبعة الخلافة العثمانية حوالي 1761 في عهد السلطان أحمد الثالث[2] أي بعد حوالي ثلاثة قرون من ظهورها بأوروبا[3] فالخوف من المطبعة كان إلى حد مقدمة الخوف من الصحافة و المكتوب عامة. ثم دخلت المنطقة في فترة الاستعمار الذي عمد إلى تضييق الخناق على الصحافة التي يمكن أن تحمل بعض العداء للاستعمار. و الحاصل أن الصحافة التي خرجت من دائر الخوف و قبضة الإدارة الاستعمارية كانت تلك التي ظهرت في أوساط المهاجرين بالمهجر أو تلك التي كانت سرية بالداخل. فعلى سبيل المثال ظهرت صحيفة الأمة (باللغتين العربية و الفرنسية) التي أصدرها حزب الشعب الجزائري سنة 1930 في أوساط المهاجرين الجزائريين بفرنسا وكانت توزع سرا في الجزائر، وكانت هذه الصحيفة التي تظهر أحيانا و تختفي أحيانا أخرى من أولى الصحف المنادية بالمقاومة و الاستقلال. أما الصحف التي كانت تصدر بموافقة الإدارة الاستعمارية فتجنبت الخوض المباشر في قضية الاستعمار ذاته خوفا من مصادرتها أو توقيفها كما حدث في حال العديد من الصحف التي حاولت ذلك. و تميزت الصحافة بعد الاستقلال في المنطقة العربية بالخطاب السياسي القائم على ترويج سياسيات الدولة الناشئة في شتى المجالات مع الاعتماد على آليات الرقابة التي تميز الأنظمة السلطوية. ورغم أن الإعلام التنموي كان يحمل الكثير من الآمال في إشراك المجتمع في العملية التنموية إلا أن الرقابة الرسمية

---

[1] فقد اعتبر البعض آنذاك أن المطبعة من عمل الشيطان.

[2] Sait Maden, Turkish Graphic Arts, in http://sanat.bilkent.edu.tr/interactive.m2.org/Graphic/maden.html

[3] وظهر المطبعة في مصر مع حملة نابليون سنة 1798 وفي الجزائر مع الحملة الفرنسية على الجزائر سنة 1830.

حولت الإعلام إلى أداة في خدمة سياسيات الدولة و الدعاية لها بشتى الوسائل. وساهمت أيديولوجية الرقابة هذه في بناء الخوف في كل من الصحافة و المجتمع.[1]

آلية الاستبداد الذاتي

يعتبر الخوف المفرط نوع من الاستبداد الذي يمارسه الفرد على نفسه و يشكل ذلك جزءا من مكونات الفرد الذاتية والتي تنعكس على شخصيته وكيانه. و يسمى ذلك في الأدبيات الإعلامية بالرقابة الذاتية. وقد يصاحب هذا الإحساس صراعات ووساوس داخلية متعددة. و يترتب عن ذلك تأثر ما يتلقاه الجمهور بما يجول في خاطر الكاتب حال صياغة الموضوع وبنائه. وقد سمى لوين هذه الصيرورة بحارس البوابة (gatekeeper)، هذا الموقع الحساس الذي يتحكم فيما ينتقل إلى الجمهور من قضايا و معلومات. فالرقابة الذاتية في هذه الحالة نتاج الخوف و مصدره في نفس الوقت.

آليات المراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار

تستخدم الصحافة كثيرا كآلية توليد للخوف. فالصحافة وثيقة الصلة بالسياسية بل هي أداة سياسية مميزة في الأنظمة السلطوية. وكما قال جفرسون[2] لو خيرت بين حكومة بدون صحف أو صحف بدون حكومة لاخترت الأخيرة دون أدنى تردد." وإذا كان النظام السياسي يعتمد على التخويف ، فإن الصحافة تكون الوسيلة الأمثل في نقل الخوف إلى أوساط العوام. وقد عبر الكواكبي عن ذلك بالقول أن "العوام هم قوت المستبد وقوته، بهم عليهم يصول وبهم على غيرهم يطول." و يترتب على هذا التأثير أن يحدث في أوساط العامة الولاء "غير

---

(1) لا شك أن ظهور الصحافة و الفضائيات المستقلة قلل من سلطة الخوف هذه.

(2) طوماس جفرسون، الرئيس الثالث لأمريكا 1801-1809.

المشروط" و تقديس الحاكم وإبطال دور الفرد في المشاركة في الحياة السياسية و الاجتماعية و الثقافية. وقد أظهرت عدد من الدراسات الخاصة بالمراقبة الاجتماعية[1] أن المؤسسة الإعلامية تتضمن آليات مباشرة و أخرى غير مباشرة في تحقيق "الضبط الاجتماعي" وجعل الصحفي يؤدي مهامه وفق سياسية الصحيفة و توقعاتها بكيفية تصبح التغطية الإعلامية و السياسية من المسلمات التي لا تخضع للشك و التأويل.

يمكن تصنيف "الخوف" الذي قد ينتاب الصحفي في أداء مهامه عامة إلى الخوف من (تعود إلى الوضع) و الخوف على (تحسب على الصحفي ذاته):

- الخوف من "الرقيب" سواء أكانت وزارة أو حكومة أو شرطة أو قضاء، الخ. وهذا الخوف ليس في المساءلة بقدر ما يخص "الاعتباط" أو "التعسف" بحكم أن هذه المؤسسات ليست محكومة دائما بسلطة القانون و إنما بسلطة القوة. فقد يكون القانون قائما إلا أنه لا يحكم الواقع. وبالمقارنة مع حال الصحفي في المجتمعات الغربية، فإن الصحفي في المنطقة العربية يعمل في جو "مجهول" تكون في الآليات القانونية " التي تحميه" غير قائمة أو معطلة جزئيا أو انتقائية مما يفقد الصحفي ذلك السند أو "الترسانة" القانونية التي تجعل عمله في منأى عن هاجس الخوف.
- الخوف من القوانين العقابية المتعددة كقوانين النشر و قوانين الإعلام و التي تسرد بالتفصيل ما يترتب عن التجاوزات من غرامات أو سجن. ولعل هذا الأمر ما حدى بالذين كتبوا الدستور الأمريكي

---

[1] Azzi Abderrahmane, Social Control in the Newsroom: A Case Study, Master Thesis, North Texas State University, 1982.

أن يحتاطوا و يضعوا بندا أصبح يعرف بالمادة الأولى المعدلة في الدستور (First Amendment) من أن الكونغرس لا يمكن أن يسن قوانين تحد من حرية الصحافة. وما تزال هذه المادة محل اعتزاز و حماية للصحافة الأمريكية حتى وإن كان الواقع لا يعزز ذلك دائما.

- الخوف من "تحيز القانون ذاته،" ذلك أن المؤسسة القضائية قلما تكون مستقلة في المنطقة العربية. فالخوف الذي ينتاب الصحفي قد ينتاب المؤسسة القضائية (إن كان لها بعض الاستقلالية) فيشترك الطرفان في الخوف الذي يؤدي إلى إصدار أحكام تبدو في شكلها قانونية بينما تعكس في مضمونها حالة مرضية .
- الخوف من "المسؤول المباشر": وعامة، فإن المؤسسة الإعلامية مؤسسة بيروقراطية معقدة يحكمها سلم الهرم الإداري إذ يكون كل "موظف" تحت وصاية أو "إشراف" من هو أعلى منه في المرتبة الوظيفية كأن يكون المحرر تحت إشراف رئيس القسم الذي يكون بدوره تحت إشراف مدير تحرير وهكذا. والحاصل أن العلاقة بين الصحفي والمسؤول المباشر تحكمه اعتبارات خاصة بالمجال الصحفي الذي يحدث فيه الكثير من الحراك و التجاذب والتفاوض و النزاع.
- الخوف من الجمهور والمحيط الخارجي عامة: فرغم أن "الجمهور" ليس هما كبيرا في أذهان معظم وسائل الإعلام العربية، إلا أن نمو المجتمع المدني و التنظيمات غير الحكومية والمؤسسات الخاصة التي تسعى إلى تحقيق مكانتها و بناء صورتها وسمعتها أو الحفاظ عليها بالإضافة إلى تطور الوعي الثقافي يشكل ضغطا على "الاسترخاء" الذي قد يميز العمل الإعلامي في المنطقة العربية.

- الخوف من "انعدام التضامن" في أوساط الصحفيين الحرفيين أنفسهم، ذلك أن جل الجمعيات الصحفية تفتقر إلى الاستقلالية وكثيرا ما تكون أداء شكلية حساسة للجو الرسمي السائد.
- الخوف على الوظيفة ذاتها، فالصحفي قد لا يمتلك بدائل كثيرة على النحو الذي قد يحدث في المجتمعات الغربية، فقد تتحول وظيفته إلى "سجن صغير" لا بد منه. فالأمن الوظيفي محدود و تتحكم فيه اعتبارات ذاتية أو مصلحية وليس الكفاءة بالضرورة. وإذا كانت الوظائف و الترقية تقوم على مبدأ الأحقية (meritocracy) في المؤسسات الغربية عامة فإنها كثيرا ما تقوم على مبدأ الرداءة (mediocrity) وعلاقات الولاء وغيرها في المنطقة العربية.
- الخوف على "ضياع" الامتيازات، كالترقية و السفر و تكوين العلاقات، مما يؤثر على الطريقة التي يغطي بها الصحفي الأحداث.

إن هذه الأنواع من الخوف نظرية من حيث أنها قد تصاحب الصحفي تارة أو أحيانا أو تشكل هاجسا مستمرا إلا أن هذه الحالة قد تتطور إلى وضع يتجنب فيه الصحفي كل من يؤدي إلى الخوف فيختفي الخوف في دائرته الضيقة فيتحول الأمر من حالة مرضية يكثر فيها الخوف إلى أخري يضعف أو "يعدم" فيها الخوف. وقد أظهرت العديد من الدراسات الخاصة بالرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية أن ذلك يكون محدودا عامة.

الخوف في الصحافة و الخوف منها و التخويف بها

إن الخوف في مجال الصحافة يحمل عدة أبعاد كون الصحافة تمس المجال العام (public sphere) . فالخوف في الصحافة ينشأ في الصحافة نفسها إما على المستوى الفرد (الصحفي) أو المؤسسة. والخوف

من الصحافة يمس المؤسسة السياسية و القطاعات المتأثرة أو المتضررة بالصحافة. أما التخويف بالصحافة، فهو استخدام الصحافة كأداة في "نقل" الخوف إلى الآخرين وفق أهداف محددة مسبقا.

يعتبر شومسكي (Noam Chomsky) [1] أن الخوف الذي مصدره التخويف يتم فبركته بصفة مقصودة بقصد زيادة المراقبة الاجتماعية في أوساط المجتمع أو الرأي العام الذي "لا يوثق فيه." ويشاركه الرأي العالم الاجتماعي قلاسنر (Barry Glassner) و المخرجون السينمائيون أمثل مور (Michael Moore) صاحب الفيلم الجدلي "حرارة 11 أيلول" (Fahrenheit 9/11) و كوتس (Adam Curtis). و يرى هؤلاء أن الهدف من التخويف المستمر و المتكرر "إنتاج سلوك معين، وتبرير ساسيات الحكومة و أفعالها (داخليا وخارجيا)، وجعل الناس ينهمكون في الاستهلاك، انتخاب السياسيين الديماغوجيين و إبعاد أنظار المجتمع عن القضايا الاجتماعية الملحة كالفقر و الضمان الاجتماعي و البطالة و الحد من انتشار الأسلحة و التلوث. [2]

و يقع في الجانب الآخر من يرى أن "الخوف" إحساس أو ظاهرة مبنية في الحياة المعاصرة. و يعيد العالم الاجتماعي فرودي (Frank Furedi) الخوف إلى ما سماه "فشل في الخيال التاريخي،" وهو أحد أعراض "استنزاف نظم المعنى السياسي في القرن العشرين. [3] ويرى فرودي أن

---

(1) وهو يرى في كتابه "صناعة الاجتماع" (Manufacturing Consent) أن الإجماع تجاه القضايا المحلية و الدولية يتم صناعته من طرف وسائل الإعلام بتقنيات دعائية متعددة. والكتاب دراسة ميدانية عن الموضع ذاته بالتركيز على قضايا أمريكا اللاتينية في الصحافة الأمريكية.

(2) انظر في هذا الشأن:

Culture of Fear, in http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_fear

(3) من كتبه:

الثقافة تتدخل في طريقة الاستجابة للخوف، فبعض الثقافات تستجيب بالذعر (كبريطانيا و ألمانيا) و أخرى بالهدوء المحسوب (كفرنسا و بلجيكا). و يضيف أن "الصحافة و السياسيين يمكن أن يضاعفوا أو يستغلوا هذا الإحساس ولكن ذلك لا يكون أمرا حاسما في إنتاج الثقافة[1].

والخوف في الصحافة أمرا في الصحافة ذاتها. فقد يعود هذا الخوف إلى الفرد (أي من سمات شخصيته) و ما اكتسبه ذاتيا في المؤسسة. ويمكن أن يكون وليد المؤسسة الإعلامية و آلتها التنظيمية والبيروقراطية.

ويصف أحد الصحفيين خوفه من الكتابة بقوله:

ولأن الخوف ليس واحدا أريد أن أفصل قليلا داخل خيط قماشته نفسها ، فهناك الخوف الذي انتابني أثناء كتابة المقال، و الخوف الذي شعرت به يوم نشر المقال و انتظار ردة الفعل... و الخوف يوم وصول الاستدعاء... و الخوف الذي تولده التجربة و تتركه في النفس بعد انتهائها ، ومدى تأثيره في المباشرة بكتابة مقال جديد ، أو الصمت و الانتظار حتى تنتهي آثار تلك التجربة... ولأنني خضت تجربة الخوف من أبسط أشكالها الغريزية ، و تعاملت مع أقصى تجلياتها إلى حد إصابتي بمرض السكري[2]

Culture of Fear: Risk-taking and the Morality of Low Expectations (1997)

Politics of Fear: Beyond Left and Right (2005)

[1]Culture of Fear , in Ibid

[2]"كتاب في الخوف لحكم البابا،" في

http://ww.metransparent.com/texts/hakam_baba_book_about_fear.htm

وأظهر تحقيق في أوساط 273 مراسلا محليا في الجزائر أن 60٪ من هؤلاء يعترف بممارسة الرقابة الذاتية في كتاباتهم "خوفا من المخاطر التي تلاحقهم، و خوفا من عدم نشر مقالاتهم من قبل المؤسسات الإعلامية المستخدمة، ومخافة فقدانهم لبعض الامتيازات.[1] و يضيف التحقيق أن "ضعف الحماية الاجتماعية للمراسلين يطرح إشكالية غياب الضمانات القانونية للمراسل في مواجهة مخاطر المهنة ...(التي) تصل إلى حد تهديد حياة المراسل... وقد وصلت المخاطر المحدقة ببعض المراسلين إلى حد الانتحار ... (وقبل ذلك) اغتيل و اختطف عدد من المراسلين في إطار انهيار الأوضاع الأمنية التي كانت تعيشها الجزائر لأكثر من عشرية من الزمن.[2]

و يتجلى الخوف من في الصحافة العربية.[3] في عد أشكال:

1. تجاهل "الحدث" الذي يمس أو يهز صورة المؤسسة الرسمية حتى وإن كان الحدث ذو أبعاد على مستويات عدة.[1]كمثل تجاهل "تظاهرة" وقعت بالفعل إما للتعبير عن تذمر في العلاقة مع قضية محددة أو للتعبير عن تضامن مع قضية خارجية.

---

[1]رضوان بوجمعة ، "المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة: دراسة سوسيو مهنية لمراسلي الصحف في الجزائر،" المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 19، جانفي – جوان، 2005، ص. 115.

[2] ن،م،س، ص. 114.

[3] أما في وسائل الإعلام الغربية فهناك آليات أخري ذكرها شومسكي و مور و غيرهم و منها:

-تشويه الإحصائيات.

-تحريف الكلمات عن مواضعها.

-ترسيخ الأفكار المسبقة و التحيز تجاه الأقليات.

-تعميم القضايا المعقدة و المتعددة الأبعاد.

-قلب معادلة السبب و النتيجة فيصبح السبب نتيجة و النتيجة سببا.

انظر في هذا الشأن:

Culture of Fear, in http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_fear

2. التقليل من شأن الحدث [2]، كالحديث عنه على هامش مواضيع تطرح على أنها أكثر أهمية، وكأن يذكر الموضوع مثلا في صفحة داخلية بدل الصفحة الأولى في الجريدة.

3. انتقاء جزئيات الحدث التي تدعم التفسير أحادي الاتجاه للحدث، أي تفصيل الحدث وفق مقاس صانع القرار.

4. "تشويه" الحدث بوصفه بالعرقلة و المساس بالأمن العام و أحيانا إدخاله في خانة العصيان و مخالفة القوانين و الأعراف السائدة.

5. "حجب" المعلومات عن الحدث و الارتكان إلى الصمت و عدم التعليق أملا في أن تزول السحابة تلقائيا.

إن هذه الآليات الحاضرة قد تصبح في المستقبل القريب غير فاعلة بفعل انتشار تكنولوجيا الاتصال و تزايد قدرة الجمهور على إعادة قراءة الخطاب الإعلامي الرسمي. فقد أصبحت الإنترنت و البريد الإلكتروني ورسائل النقال وسائل حديثة في نشر أو الحديث عن الأحداث التي تغيب في وسائل الإعلام الرسمية إضافية إلى سهولة مشاهدة القنوات الفضائية المتعددة.

6. غياب أبرز نوع من فنون الصحافة وهو "تحقيق التحري" (investigative reporting). ويعتبر هذا الفن وسيلة أساسية في تحقيق "الشفافية" (transparency) و "المحاسبية" (accountability) المطلوبة في المؤسسات و المجتمع على حد سواء. وكان هذا الفن سببا في ارتقاء عدد من البرامج الإعلامية في المؤسسات

---

[1] فمثلا، عندما وقعت أحداث 5 أكتوبر 1987 في الجزائر العاصمة وتم خلالها إحراق العشرات من المؤسسات العامة لم تتناولها الصحافة لأيام إلا بعد أن شاعت في وسائل الإعلام الفرنسية و خاصة المسموعة و المرئية.

[2] ما يكتب على الإنترنت على انفونزا الطيور يجعل الموضوع أكثر جدية مما يظهر في وسائل الإعلام العربية الرسمية حتى على مستوى ذكر الحقائق فقط.

الغربيـة كمثـل برنـامج "60 دقيقـة" (60 Minutes) الـذي تبثـه قنـاة سـي،بي،آس (CBC) الأمريكيـة. فالصـحافة بهـذه الفـن تلعـب دور "المتتبـع الناقـد" لأداء السـلطة التنفيذيـة ممـا يكسـب الصـحافة صـفة السلطة الرابعة (The Fourth Estate).

7. ترتيـب الأوليـات بطريقـة تجعـل بعـض الأحـداث مثـل نشـاط الـرئيس و أعوانـه محـور التغطيـة الإعلاميـة. وممـا هـو معـروف أن نشـاط الشـخص المسؤول قد يكون الخبر في ذاته كما يبرز ذلـك في شـروط الخبر، أي الشـهرة (prominence)، ولكـن أن يغطـي ذلـك كـل الخبر تقريبـا أو يطغـى علـى أخبـار أخـرى ذات قيمـة خبريـة بينـة فـذلك أشـبه مـا يكـون بالعلاقات العامـة الـتي ليسـت في محلها. وعامة، فإن الجمهـور "النشـط" يدرك هـذه المعادلـة فيمـارس مـا يعـرف بالانتقـاء التصـوري (selective perception) في هذه الحالة.

ويمكن أن يتم استخدام الصحافة في التخويف أيضا، ويشمل ذلك:

1. التركيـز علـى "العقـاب" الـذي "يسـلط" علـى المخالفـات "الصـغيرة" المتكررة يوميا كالسائق المتهور وسـارق المتجـر و متسـكع الشـارع والشـاب المغـازل، وبـالطبع فـإن هـذه السـلوكيات مذمومـة بـذاتها ولكنها ليس بالشأن الكبير بالمقارنة.
2. إمطـار "القـارىء" المسـتمر و تـذكيره بجملـة الإجـراءات و القـوانين الجديدة التي تحد من هذه الظاهرة و تلك و معظمهـا يصـب في مجـال تضييق حركة الفرد و نشاطه و مشاريعه أيا كانت.
3. تكـوين صـورة ذهنيـة "تشـاؤمية" عـن الأوضـاع الاقتصـادية و إيهـام القارئ أن ذلك الأمـر نتيجـة ظـروف دوليـة خارجـة عـن السـيطرة ومـن باب إذا عمت "المصيبة" خفت. يترتب عن ذلك مطالبة "المواطن" تحمـل

تزايد تكاليف المعيشة و المساهمة بتحمل أعبائها باستمرار دون مساءلة.

4. "تضخيم" الأخطار و التهديدات على الأمن العام و المصلحة الوطنية و استحضار "العدو" سواء أكان حقيقيا أو وهميا كلما دعت الحاجة إلى ذلك.

و يدخل في هذه المعادلة التخويف" الذي تنقله الصحافة العربية عن الصحافة العالمية و الموجه إلى المنطقة العربية و الإسلامية والذي مفاده "إذا لم تكن معنا فأنت ضدنا." و يشمل ذلك:

1. نقل "التهديد و الوعيد" الذي يأتي على لسان صناع القرار في البلدان الغربية و الموجهة ضد هذا البلد العربي أو الإسلامي أو ذاك. وإذا كان خطاب "التخويف" هذا يصاغ لكل بلد على حدة مرحليا ، فإنه يتوسع مع الزمن ويشمل أكثر من بلد وفق نفس الاستراتاتيجية.

2. تبنى نفس المنطق الذي يقدمه صناع القرار في البلدان الغربية في تبرير هذا الخطاب "التخويفي." فمثلا إذا ورد في تبرير هؤلاء أن هذا البلد أو ذاك لا يحترم حقوق الإنسان سارت الصحافة العربية في المسار نفسه تقريبا وقد تجد لنفسها ما يبرر ذلك فتفصل في الموضوع و تعقد لقاءات و ندوات جول الموضوع ذاته حتى تقتنع بهذا التبرير ذاتيا ، وكأن هذه الصحافة أشبه ما تكون بصنف جديد من "الببغاء ."

3. اتخاذ موقف الدفاع أو الانهزامية في التعامل مع الأوصاف و الاتهامات التي تردها الصحافة الغربية عن المنطقة العربية و الإسلامية. فإذا كان الوصف هو "العنف" عمدت الصحافة العربية إلى العمل تحت تأثير هذا الاتهام وكأن العنف سمة المنطقة بالفعل. وفي غياب الثقة في النفس، تكاد هذه الصحافة "تصدق" ما يرد عن المنطقة من أوصاف خاصة إذا كانت بعض الشواهد الظرفية تصب في اتجاه تلك الأوصاف.

والمعروف أن جزءا من الصحافة الغربية يعكس تلك الصور النمطية التي كان يولها هولويود [1]عن العرب و المسلمين باستمرار على أنهم "أوغاد، إرهابيون، كسولون، همجيون، ملتحون متعطشون للجنس يغتصبون الشقراوات، يمولون الإرهاب، يقتلون المدنيون و يستهدفونهم في مدنهم و دور السينما و يحضرون لتدمير المدن بالأسلحة البيولوجية و النووية [2]

إن الخوف و التخويف في الصحافة يقود إلى تحديد العوامل التي ولدت هذه الحالة المرضية، و بمعنى آخر، لماذا الخوف في عالم الصحافة العربية؟ يمكن إعادة هذه الظاهرة إلى ما يلي: أ) "الجهل" بإمكانيات الأمة و قدراتها ورصيدها التاريخي في شتى المجلات. والمعروف حتى في دراسة مصادر السلطة أن سلطة الشخصية "السلطوية"مستمدة من إذعان الرعية وليس في الشخص ذاته. ويؤدي "الجهل" إلى وضع كل أوراق الحل في أي قضية في يد الطرف الآخر الذي يظهر أنه الأقوى. وبتعبير ابن خلدون في سياق مماثل "فإن المغلوب يقلد الغالب." و يتزامن ذلك مع سعي جزء من الإعلام الغربي الموجه للشعوب العربية و الإسلامية إلى "انتزاعها من واقعها و ترويج النموذج و القيم الغربية في الاستهلاك، و التفكير و الاعتقاد، و إحداث تغيير في البنية العامة و السياسية و الثقافية بما ينسجم مع المصالح الغربية. [3] ب) العجز: و يتعلق ذلك بتحييد أو إبطال الطاقة الكامنة في الفرد و الأمة تصبح هذه الأخيرة رغم كثرتها "كغثاء السيل." ج) فقدان الإحساس بالهوية: و يخص ذلك عزل الفرد

---

[1] كفيلم "الصامت" سنة 1917 و "الشيخ" سنة 1921، و"أرابيسك" سنة 1966، و "تحت الحصار" سنة 1968، و"ذعر الإرهاب" سنة 1987.

[2] مي العبد الله، محمد الخولي، **الإعلام و القضايا العربية بعد 11 أيلول:2001: نحو خطاب إعلامي عربي جديد** ، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002، ص. 54.

[3] ن، م، س

(أو الجماعة) عن انتمائه و رصيده قيميا و ثقافيا و اجتماعيا و تاريخيا فيتحول إلى حالة منعزلة "في مهب الريح." و د) فقدان الثقة في النفس و الشعور بالدونية في العلاقة مع الآخر: و يمثل ذلك إحساس الفرد (أو الجماعة) بالنفور أو الاغتراب عن الذات و رؤية ما لا يملكه أو ما يرغبه في الآخر. وقد وصف مالك ابن نبي هذا الإحساس في العلاقة مع المستعمر "بالقابلية للاستعمار."

آثار الخوف المتولد عن الصحافة على الفرد و المجتمع

إن الخوف الذي يمثل إنتاج جملة من العوامل و منها الصحافة يجمل في طياته انعكاسات سلبية على الفرد و المجتمع. و تشمل هذه الأخيرة العناصر التالية:

- اليأس: و يمثل الإحساس بعدم القدرة على التأثير في الأحداث و من ثم انعدام أسباب تغيير الحال. و يترتب عن ذلك الارتكان إلى الجمود و القعود و الركود.
- الهروب من مواجهة الواقع: و يعنى هذا التصرف إبعاد إمكانية تغيير الواقع و التماس الأعذار عن ذلك و احتمال اللجوء إلى أصناف متعددة من الإدمان خوفا من هذه المواجهة. و يترتب عن ذلك منع الفرد (أو الجماعة) من تغيير ما بنفسه وواقعه.
- فقدان التوازن و القدرة على التكيف: ويقصد بذلك سيطرة الخوف على المشاعر الأخرى المكونة لذات الفرد (أو الجماعة) فتغطي حالة الخوف هذه على الفرد و سلوكه فيبالغ في قضايا تبدو طبيعية عند الآخرين.
- الكبت: و يشير ذلك إلى عدم القدرة و "الفشل" في التعبير عن شحنات انفعالية قد تكون عادية فتختزن في لا شعور الفرد و قد تبرز في شكل أمراض نفسية وجسدية شتى.

- الانشغال بالقضايا الثانوية: و يعنى ذلك الدخول في تفاصيل القضايا الهامشية على حساب القضايا ذات الأولوية. والمعروف أنه إن لم يشغل الفرد (أو الجماعة) نفسه بالخير مثلا شغلته بالشر كما يقال.
- المهادنة: فالخوف أيا كان نوعه يؤدي إلى التصنع و المجاملة و التملق و ربط مصير الفرد (أو الجماعة) بالآخر.
- تعطيل القيم الذي تشكل مصدر القوة في الفرد (و الجماعة): فالخوف يأتي على الطرف الآخر من قيم العزة و الكرامة و الشجاعة و الإقدام وغيرها و التي تعتبر المرجع في كبح جماح الخوف.

تأثير الأجندة السياسية و الإعلامية الدولية

يدخل الخوف أيضا في أجندة المؤسسة الرسمية المحلية و الدولية وذلك بهدف تحقيق أهداف معلنة أو غير معلنة. فالمؤسسة الرسمية المحلية قد تلجأ أحيانا إلى التخويف في "فرض" أجندتها، فيصبح "الأمن" أو "الإرهاب" في أعلى سلم أولياتها مثلا فينعكس ذلك في الصحافة ذاتها، ثم ينتقل ذلك كما تفترض نظرية تحديد الأولويات (agenda setting theory) إلى الجمهور العام. وقد ترتبط الأجندة المحلية بالدولية فتفقد الأجندة المحلية قرارها وتأثيرها في الأحداث فينعكس ذلك سلبا على الصحافة و الجمهور العام أيضا. و في الكثير من الأحيان تؤثر وسائل الإعلام الدولية (الأمريكية خاصة) في أجندة الصحافة العربية. فالتخويف أصبح جزءا رئيسا في الأجندة الدولية وصحافتها وذلك ما ينعكس في الصحافة العربية أيضا. وقد ينتقل هذا الهاجس إلى الجمهور العام الذي يصبح بدوره إما منشغلا أو تحت تأثير الخوف، إذ بينت دراسات الأحندة أن وسائل الإعلام قد لا تنجح كثيرا في تحديد ما

يفكر فيه الناس ولكنها تتجح بما لا يدع مجالا للشك في التأثير فيما يفكر حوله الناس عامة.

إعادة تأسيس البنية القيمية في الصحافة:

نحو صحافة "متوازية" بدون مهادنة أو تحريض

إن الخوف شديد الارتباط بالقيمة، أي الضوابط التي تحكم الخوف. فكلما كانت هذه الضوابط قائمة كان الخوف في محله. وفي غياب القيمة، يتحول الخوف إلى حالة مرضية أي الفوبيا (phobia). فالقيمة تدفع الفرد إلى التعلق بالأسمى لا الفرد. والخوف جزء من جملة المشاعر التي تشكل كيان الفرد و الأمة. إن أرقى أنواع الخوف كما بين الأقدمون الخوف من الله. وتأتي الأنواع الأخرى من الخوف أقل منزلة و ثانوية بالمقارنة. وتوجد العديد من القيم في ثقافتنا و التي تبدو "معطلة" جزئيا أو كليا وتساهم الصحافة في هذا التعطيل كقول الحق "ولو كان مرا" و الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر و الحرص على متطلبات الضمير المهني و المصلحة العامة وغيرها. و إعلاميا، فإن هذه "القيم" تبرز أكثر حتى وإن كان ذلك جزئيا في مجال أخلاقيات المهنية الصحفية و مواثيق الشرف و القوانين الإعلامية. وهذه الأخيرة بدورها مازلت غير كافية أو غير فاعلة أو تزيد في تعميق ظاهرة الخوف في الصحافة العربية.

إن مراجعة مواثيق الشرف العربية[1] بدءا بميثاق "فدرالية الصحفيين العرب" سنة 1972 إلى ميثاق قناة الجزيرة سنة 2004 يظهر أنه على

[1] تجد أن العديد من وسائل الإعلام الغربية قد طورت لنفسها ما يسمى بدليل العمل التحريري (stylebook) الذي يحدد جزئيات العمل الصحفي كمثل التعامل مع رسائل القراء و الهدايا الخ وذلك في سبيل تمتين حرفة الصحافة.

الرغم من التطور في اتجاه تمتين النزعة الحرفية نظريا على الأقل إلا أن هناك مجالات ما زالت إما "معلقة" أو وقع في شأنها تراجع.

فالمجالات التي وقع فيها ارتقاء نظري تشمل حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر، حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر، فصل الخبر عن الرأي، التعامل الموضوعي مع التنوع الاجتماعي و الثقافي و السياسي في المجتمع، عدم استخدام الوسائل غير المشروعة في الحصول على الخبر و الصورة، الخ.

و تتضمن المجالات المعلقة تحديد الجهة التي ترتبط بها مسؤولية الصحفي: المؤسسة الرسمية، المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي، مالك المؤسسة الإعلامية، أو بعض المفاهيم المجردة كالوطن و الأرض، أو الحق و ارتباطه بالقيمة أو مصلحة الأمة الخ.

وفي مراجعة البنية القانونية للصحافة في البلدان العربية[1] اتضح : إن البلاد العربية أقرت مبدأ حرية الرأي في نظامها القانوني الداخلي، دستوريا و تشريعيا، غير أن هذه الحرية وضع لها القانون قيودا، الأمر الذي يضع الصحافة في حالة التبعية تتميز برقابة تمارس أحيانا بتشديد وأحيانا بليونة، إن موضوع الترخيص المسبق لإصدار جريدة و بطاقة التعريف المهنية الصحفية و الرقابة و ضرورة اللجوء إلى القضاء من أجل الطعن.، كل ذلك يقتضي المراجعة مع مراعاة التطور الحاصل بالنسبة لتطبيق الأحكام الدولية، كما يقتضي حق المواطن في الإعلام اكتشاف الحقيقة و الموضوعية في نقل المعلومات من طرف الصحفي، الأمر الذي يتطلب وضع ميثاق الأخلاقيات و شرف المهنة تكون أحكامه قاعدة للانضباط الذاتي حتى يتسنى للصحفيين فرض

---

(1) أحمد الدراجي،" التنظيم القانوني للصحافة في البلدان العربية،" وثيقة بدون تاريخ

شخصيتهم سواء بالنسبة للسلطة السياسية أو الجمهور. أما بالنسبة لشدة العقوبات الجنائية في مجال مخالفات النشر، و التي تتميز أحيانا بعدم النسبية مع الجريمة، فإنها تتطلب إعادة النظر مع الأخذ بعين الاعتبار أننا بصدد مجال يهم حرية الرأي و الإعلام و لا يتعلق بالقانون العادي فقط.(1)

و تشمل المجالات التي وقع فيها تراجع قضيتي "الحرية" و "المسؤولية الاجتماعية." فمازالت إمكانية نقد المؤسسات الرسمية غير قائمة أو محدودة، بل إن الاتجاه(2) هو إدخال هذا المجال في باب المحظورات (sujet taboo). كما أن معظم المواثيق والقوانين الإعلامية تتضمن إحالات إلى قوانين النشر أو العقوبات وجلها تسرد قائمة طويلة من اللاءات و العواقب المترتبة عن "التجاوزات" وذلك ما يضفى "جوا" من الخوف و الترقب في محيط العمل الصحفي. يضاف إلى ذلك أن الدساتير العربية وإن كانت تتحدث عن أهمية "حرية الصحافة" إلا أنها تقيد ذلك بتعبير قابل لأي تأويل، أي الأمن الوطني أو المصلحة العامة. فالصحافة نظريا حرة إلا أنها ليست كذلك في نفس الوقت إذ أن "الرقيب" له الصلاحية في تحديد معنى هذه التعابير الخاصة "بالمصلحة." كما أن بعض المواثيق و القوانين الإعلامية تصرح بأن رقابة الصحافة تكون ضرورية في "الحالات القصوى" ثم تترك هذه الحالات لتقدير "الرقيب." إن هذا التراجع لا يمس المجال السياسي فحسب بل الثقافي أيضا، فما يبث في عدد من القنوات الفضائية من "عنف" ومساس بقيم المجتمع أو "حسه

---

(1) ن، م، ص، ص. 73

(2) فمثلا يدعو اتحاد الإذاعات و التلفزيونات العربية إلى عدم انتقاد الحكومات العربية لبعضها البعض عبر وسائل الإعلام، وهو الأمر الذي لم تقبله قناة الجزيرة. و الحاصل أن مثل هذا الطلب حتى و إن كان له ما يبرره فلا ينبغي أن يصدر عن وسائل الإعلام ذاتها.

الأخلاقي و الجمالي" لا ينم عن روح المسؤولية الاجتماعية التي تلزم هذه الوسائل احترام الذوق العام كونها تعمل في المجال العام الذي يمس المجتمع ككل وليس المجال الشخصي الذي يمكن تبريره بما يمكن اعتباره "حرية شخصية،" فالمعروف أن حرية أي طرف تتوقف عند حدود "الإساءة" إلى الطرف الآخر. وإذا، فإن هناك تسيب في هذا المجال وأصبحت بعض وسائل الإعلام منفذا للمحتويات التي تتناقض مع قيم المجتمع و ثقافته وأذواقه.

وعامة، فإن مواثيق الشرف الإعلامية العربية وعلى الرغم من أهميتها فهي ليس فاعلة في الواقع لعدة عوامل ومنها الخوف. فالصحفي، كما أشرنا، يمارس الرقابة الذاتية التي تصبح مع الزمن جزءا من سمته و سلوكه بغض النظر عما تدعوه إليه أخلاقيات المهنة. و يتضح أيضا[1] أن بعض الصحفيين ومن جراء "الخوف" لا يستغلون هامش الحرية المتاح لهم في العمل، فيتجنبون بعض القضايا من باب الحيطة و الحذر والبقاء على جانب الأمان كما يقال. يضاف إلى عدم فعالية هذه المواثيق، الضغوطات الإدارية و غياب "ثقافة النقد" و الدور المحدود الذي تمارسه جمعيات الصحفيين التي كثيرا ما تكون رسمية أو شبه رسمية وكذا "ضعف" التكوين الإعلامي في مجال الأخلاقيات و القوانين الإعلامية. وإذا، فإن المطلوب في هذا الوضع شعار "نحو حرية أكثر و مسؤولية اجتماعية أكثر" وذلك يصب في مزيد من الحرفية و الوعي بقضايا المجتمع و الأمة.

---

[1] حديث مع عدد من الممارسين الإعلاميين، ندوة أخلاقيات العمل الصحفي في الوطن العربي، جامعة الإمارات، 12-12-2005

إن واقع الصحافة في المنطقة العربية اليوم يتسم بالخوف المرضي في معالجة القضايا الداخلية وقضايا الأمة عامة، ولكل من الخوف داخليا و التخويف خارجيا مجاله و أدواته.

فالوضع داخليا يدعو إلى الإصلاح بإجماع الخاصة والعامة، غير أن هذا الأخير يتعين أن يكون قائما على الدراسة و المنهجية العلمية و التدرج و فقه الأولويات و الموازنات. ويمكن للصحافة أن تلعب دورا رياديا في هذه المهمة التاريخية إذا كانت أداة ذات استقلالية إيجابية. و يقصد بذلك ألا تتحول الصحافة إلى مجرد ناطق رسمي باسم نظام الحكم أو تتحول إلى النقيض من ذلك فتدعو إلى السلوك السلبي و التمرد عن الوضع مثلا. فالمهادنة و "التملق" تجاه نظام الحكم يفقدها المصداقية في أوساط المجتمع أو ما يسمى "بالرأي العام، " كما أن التحريض على النظام ذاته يؤدي إلى عدم الاستقرار و الدخول في دوامة "الفوضى" التي تستنفذ طاقة المجتمع و موارده دون جدوى. إن للصحافة دور في تجاوز الخوف المرضي و اتباع المنهج "التربوي" في توجيه الإصلاح أو التأثير فيه أو حتى قيادته ليس كوسائل في حد ذاتها ولكن كفضاء تلتقي فيه جل الأطراف الفاعلة في المجتمع. فالصحافة ينبغي أن تتبنى الشفافية في التعامل مع مختلف الأطراف المشكلة للمجتمع و توفر الإطار الذي تتلاقى أو تتلاغي فيه الأفكار و التوجهات وصولا إلى الحد الأدنى أو الأمثل من التوافق الذي يحدث قفزة نوعية في شتى مجالات النمو و الحياة.

و التعامل مع التخويف الخارجي يتطلب بعض النقاط المبدئية حتى لا نقل الاستراتيجية التي تبدو بعيدة المنال وإن كانت مطلبا مشروعا و ملحا. ويتعين على الصحافة في المنطقة العربية من جملة ذلك ألا تنخرط بدون وعي في أجندة الصحافة العالمية، بل تعمل إدراج أجندتها إن وجدت

في التعامل مع "الرأي العام الداخلي خاصة" كوسيلة في امكانية التأثير ولو جزئيا على الرأي العام الخارجي.

وتتضمن بعض هذه المبادئ الأحكام[1] التالية التي تجعل الخوف و التخويف في خانة الاعتدال:

- أن تقوم الصحافة "بالشيء الصحيح" بدل أن تكثر الجدل فيما ينبغي أو لا ينبغي القيام به:

وفي هذا المجال، فإن المطلوب ليس "إعادة اكتشاف العجلات" ولكن إنجاز الحد الأدنى مما تطلبه المهنة من إعلام أ) ذو موضوعية نسبية، ب) قائم على الحقائق بدل الآراء، ج) مرتبط بقضايا المجتمع و أولياته و د) منسجم مع قيم المجتمع و رصيده الثقافي و التاريخي.

- أن حماية الصحافة من إمكانية "الفشل" هي في أيديها بينما إمكانية هزيمة الآخر هي في ذات الآخر نفسه:

ويعني ذلك أن النقص يكمن في الصحافة العربية و التغيير "الحقيقي" يبدأ من ذاتها، أما الارتكان إلى الغير فمسألة تحمل الكثير من "الأوهام." فالحل دوما مسألة تفاوض أو أخذ و رد وليست كل المفاتيح عند الآخر مهما كانت قوته أو عولمته.

- أن الماء ليس له شكل ثابت وكذا الحال في الصحافة:

فمجال الصحافة أكثرها تغيرا سواء تعلق الأمر بالمضمون و التحديات أو تكنولوجيا الاتصال. وعليه، فإن نهج الصحافة العربية يتعين أن يكون التكيف و المرونة في التعامل مع الأحداث. فليس هناك أوصافا ثابتة إنما كل وضعية تتطلب الاجتهاد أو الإبداع الذي يفرضه لسان الحال.

---

[1] د. عبد الرحمن عزي، "أطلبوا العلم ولو في الصين: قراءة في فكر حكيم صيني،" دراسة غير منشورة.

- أن الخطاب الإعلامي الداخلي المتذبذب يؤدي إلى نجاح الخطاب الإعلامي الخارجي:

إن تعدد الأصوات الإعلامية التي لا تصب في نفس النهر تتبخر أو تمتصها الرمال الشاسعة. ويعنى ذلك ربط هذه الأصوات بخطاب يحمل درجة معقولة أو عالية من الانسجام. وفي حديث الرسول (صلعم) "سددوا وقاربوا و أبشروا."

- أن عدم الاعتماد على قدرات المجتمع يفقد الصحافة إمكانية التفوق في الميدان:

و يشير ذلك إلى أن مصدر قوة الصحافة مجتمعها و مؤسساتها وليس السعي نحو إرضاء الآخر أو الامتثال له أو تقمص شخصيتها أو الشعور بالدونية نحوه. و يدخل في هذا الإطار إعادة الصحافة إلى المجال العام.

- إن تأثير الصحافة على الرأي العام يكمن في إعطائه غايات سامية مشتركة:

و يخص ذلك إدراج جل شرائح المجتمع وقواه في الجهد الإعلامي وإسهام الصحافة في توضيح أهداف المجتمع وقيمه كما تدعو إلى ذلك نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام مثلا.

- أن نجاح الصحافة دائما هو مسألة مجتمع بأسره:

و يترتب عن ذلك ألا يكون هناك إقصاء يخص فئة أو طرفا اجتماعيا أيا كان في العملية الإعلامية و يشمل ذلك الشرائح التي تتنوع في العرق أو الدين أو المذهب أو الحيز الجغرافي وغيره، فالقوة في التوحد والفشل في التنازع.

- يمكن للصحافة تكتب أو تتحدث و لكن ذلك لا يضمن الاستماع بالضرورة، لا بد أن تحسن استخدام كيفية تقديم الخطاب وبإتقان أحدث الوسائل:

فالعبرة في الإعلام التأثير وليس كثرة الأصوات، كما أن مهارات الاتصال وفنونه و تقنياته جزء من هذه الصناعة أو الحرفة، وبدونها تكون "الحرب" غير متكافئة.

- على الصحافة أن تجعل الخطر في الأمام و الأمان في الخلف:

و يعني ذلك أن ما يتوقع إنجازه من الصحافة في المنطقة العربية وفي ظروف "التخلف" على مستويات عدة أكبر بكثير مما تم تحقيقه بالمقارنة.

- عندما تختلط الأصوات الإعلامية و تبدو الأمور مشتتة لا ينبغي أن تتسرب الفوضى إلى الخطاب الإعلامي المرغوب:

إن العولمة و تطور تكنولوجيا الاتصال زاد من حركة الاتصال و انفجار المعلومات و وتعدد الرسائل و أساليب الإقناع و الدعاية، غير أن ذلك لا ينبغي أن يؤدي إلى تشتت الثوابت التي تمثل مصدر قوة الصحافة في المنطقة العربية.

- لا ينبغي نصب خيام الصحافة في المواقع الخطرة:

و يعنى ذلك عدم الاسترخاء أو الغفلة في ملاحقة التطور الإعلامي و مواجهة المستحدث و التحديات في مجاله باستمرار خاصة في عهد البقاء للأقوى.

- في المكان المحاصر أو المحصور إعلاميا، فإن التأخر يعنى الفناء

إن حال ضعف المجال الإعلامي في المنطقة العربية يستدعي استغلال الزمن إلى أقصى الحد و العمل في حالة طوارىء و التي بدونه ينكسر هذا الانجاز المحدود أمام الرياح العاتية المتلاحقة.

الفصل الرابع

الصحافة الإلكترونية

شهدت المجتمعات المعاصرة خلال العقدين الماضيين ثورة من المعرفة والمعلومات، ولقد تعاظم هذا الدور خلال السنوات القليلة الماضية بدرجة يمكن معها القول أن تراكم هذه السنوات من علوم ومعرفة يفوق ما حققتها البشرية عبر آلاف السنين.

فلقد شهد المجتمع المعاصر في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، خاصة في مجال الاتصال والإعلام حيث احتلت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة (الانترنت) دورا هاما في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل مباشر.

إن العالم اليوم أصبح في ظل هذه التطورات (قرية صغيرة) فما يحدث في أي مجتمع ينقل بالصوت والصورة إلى باقي المجتمعات لحظة حدوثه.

وتزايدت أهمية الإنترنت كوسيلة لاكتساب المعلومات في أغلب المجتمعات، خاصة التي يشيع فيها تقييد حرية التعبير وتبادل المعلومات، ولعل العالم العربي في مقدمة هذه المجتمعات.

التطور التكنولوجي وانتشار الانترنت جعل العاملين في مجال الصحافة يبحثون بكافة السبل والوسائل عن طريقة ما تمكنهم من تطويرها، ومن نشر ما يريدون بكامل الحرية وبدون حواجز زمانية أو مكانية، خاصة في ظل منافسة وسائل الإعلام الأخرى لها، فكانت شبكة الانترنت الثورة التكنولوجية الهائلة والتي أعطت للإنسان ما لم يكن يحلم به في عالم الاتصالات، فلا يقف في طريقها زمان ولا مكان ولا أي عائق امني. وهذا ما أعطى فرصة لظهور الصحافة الالكترونية، التي فرضت نفسها على العالم كنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى

وقد استفادت الصحف والمطبوعات الورقية الدورية من التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة الانترنت، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة جهاز الحاسوب، وهذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع.

تمكنت تكنولوجيا الاتصال التي غزت العالم وأحدثت ثورة تكنولوجية بارزة في الآونة الأخيرة أن تحدث أثراً واضحاً على الأداء الصحفي والإعلامي لوسائل الإعلام المختلفة مما أدى إلى تحسنها وتطور أدائها الفني والمهني، سيما أن التطور والتغير أصبح سمة من سمات عالمنا المعاصر.

وكان للصحافة نصيب كبير من التطور التقني شانها شان باقي وسائل الإعلام، فامتزجت مع التكنولوجيا وظهر شكل جديد لها وهو "الصحافة الالكترونية"، التي غزت العالم منذ التسعينيات ومن المتوقع أن تكون بديلاً عن الصحافة الورقية.

وقد ساعدت حرية الانترنت على نشوء الصحافة الالكترونية و تخطت الحدود والمساحة والوقت وزادت من التفاعلية، ولا تزال تسعى لعمل مستقبل لها ولاستمراريتها عبر الاستفادة من التقنيات المتاحة والتي تفرزها الثورة التكنولوجية القائمة.

وقد بدأت الكثير من الصحف العالمية الاستفادة من الشبكة العالمية (الانترنت)، لتخرج الصحافة الالكترونية وتضيف للصحافة مزيداً من الميزات والخصائص التي جعلتها تفوق وسائل الإعلام الأخرى وهناك من يتوقع موت الصحافة الورقية بسببها.

مفهوم الصحافة الإلكترونية ونشأتها

إن مصطلح الصحافة الالكترونية غالبا ما يشير إلى استعمال قواعد المعلومات ولكنه كذلك يشير إلى استعمال الانترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات.

وقد ظهرت الصحافة الالكترونية بمصطلحها Electronic News Paper كإشارة إلى الصحف الورقية التي تنشر على الانترنت.

ويرتبط مفهوم الصحافة الالكترونية بمفهوم آخر أكثر واعم وهو مفهوم النشر الالكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات.

أما ما بصدد الحديث عنه الباحث فهو الصحافة الالكترونية التي تختص بنقل الخبر وتتناول الأحداث اليومية بأقلام الصحفيين وتحليلاتهم ووجهات نظر الكتاب، مثلما يحدث في الصحافة الورقية .

فالصحافة الالكترونية يطلق عليها في الدراسات الأدبية والكتابات العربية مسميات أخرى مثل الصحافة الفورية والنسخ الالكترونية والصحافة الرقمية والجريدة الالكترونية.

وكما ظهرت خلال القرن الماضي عشرات النظريات والمفاهيم التي حاولت وضع تعريفات للإعلام بشكل عام، فعلى سبيل المثال "محمد خضر" (الإعلام بأنه الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة

الأنواع والتعليم والترفيه وإشباعا لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من الظواهر).

واستوقفت هذه الظاهرة الكثير من الباحثين والدارسين، فتعمدوها بالرصد والتحليل وكان من نتيجة ذلك أن ظهرت في الأفق الكثير من التعريفات الخاصة بالإعلام الإلكتروني، فالبعض يعرفه بأنه (" عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيلة جديدة وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة، ومؤثرة بطريقة اكبر. وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة) .

وهناك من وضع تعريفا محددا للصحافة الإلكترونية: (نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني الانترنت وشبكات المعلومات والاتصال الأخرى. تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدم الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة).

وهناك تعريفات عديدة للصحافة الالكترونية منها: "هي منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز

كومبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، والصحيفة الالكترونية أحيانا تكون مرتبطة بصيغة مطبوعة".

بينما يعرفها البعض: "بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير online journalism تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية الى تلك الصحف والمجلات الالكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.

بدوره، يثبت الدكتور رضا عبد الواجد أمين المفهوم الآتي : (هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنيت بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة الكترونية خالصة) .

ومن بين جملة التعريفات التي عرفها الباحثون الغربيين أمثال (ماكلوهان وسبيل وسمث وتوفلر ... الخ) والعرب أمثال (فايز عبد الله الشهري وإحسان محمود الحسان ... الخ) يعرف الصحافة الالكترونية الدكتور عبد الأمير الفيصل في كتابه الصحافة الالكترونية في الوطن العربي بأنها (جزءا من مفهوم واسع واشمل وهو النشر الالكتروني،

الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الالكتروني وأدواته أو أنظمته plate-to-computer المتكاملة، اذ يمتد حقل النشر عبر الانترنيت (online poblishing) أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات، وتعتمد نظم النشر الالكتروني عموما التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة .

وبحسب الموسوعة الحرة ويكيبيديا الصحافة الإلكترونية نوع من الصحافة تستعمل الوسائط الإلكترونية في نشر مادتها الصحفية. أغلبها ظهر نتيجة لاعتماد الصحافة الكلاسيكية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة رغبة في تحسين أدائها أولا ثم فتح مجال أوسع للانتشار.

(ولقد صاغ الفيلسوف الألماني هايبرماس نظرية رصينة اسمها المجال العام public sphere أكد فيها أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور).

وهي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري ، تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتابعة وتحتوى على الأحداث الجارية ، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت . (جواد الدلو، 2002، 11).

وعرفها عبد الرزاق الدليمي بأنها جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكيبلات

الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنت حيث تقوم ببث رسائل الكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية، بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف الكترونية يمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائط بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للبث الفضائي الحي. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 218).

ويسري تعريف الصحافة الالكترونية على كل أنواع الصحف الالكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الخدمات التجارية الفورية طالما أنها تبث على الشبكة بشكل دوري، أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر أو من ساعة لأخرى أو من وقت لآخر حسب إمكانيات الجهة التي تتولى شر الصحيفة عبر الشبكة.(عبد الأمير الفيصل، 2006، 78).

مجموعة من المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الالكترونية منها:

- أنها منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.
- يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت.
- يتم إصدارها بطريقة الكترونية من حيث تحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم وإعدادها وتركيب الصفحات ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.
- تتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة التي يريدها وطبع ما يرغب.

- النصوص فيها مرتبطة بصحف ورقية مطبوعة وأحياناً يكون ليس لديها نسخ مطبوعة.
- منشور الكتروني يصدر بصفة دورية ولها موقع محدد على شبكة الانترنت وتخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها يكون بطريقة الكترونية.

نشأة الصحافة الالكترونية

مرت الصحافة الحديثة بعدة مراحل في استخدام الوسائل التكنولوجية الجديدة، حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الالكتروني، وفي بداية التسعينيات بدأت أجهزة الحاسوب والانترنت تدخل بشكل مكثف إلى غرفة الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وفي بلدان أخرى عديدة لاستخدامها في الكتابة والتحرير، حتى صار الانترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال وهو ما أسفر عن تحول كبير في الأداء الصحفي والممارسات الصحفية للصحفيين، وازدياد الاعتماد على الانترنت صحفياً، حيث أصبح استخدامه أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي للحكم على مهاراته الصحفية، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تحديات صحفية من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية، وتتعلق بكيفية تطويعها لخدمة الصحيفة المطبوعة، وارتيادها كمجال صحفي الكتروني جديد.(ماجد تربان، 1999، 2008)

ويعود تاريخ بداية الصحافة الالكترونية إلى عام 1976 حيث جاءت نتيجة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثوريتي IBA ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى

ظهر تحت اسم سيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل racle.

وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثوريتي .

وفي منتصف التسعينات ظهرت هذه الصحافة بوجه جديد وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي والاتصالي اقرب لان يكون ملكا للجميع، وفي متناول الجميع ويصبح أكثر انفتاحاً وسعةً، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى اكبر عدد ممكن من القراء، وبأقل التكاليف، وبذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت آفاقاً عديدة وأصبحت أسهل واقرب لمتناول الموطن.

ومع العلم إن بداية الصحافة الإلكترونية كانت مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة... وتحديداً انطلقت من منتديات الحوار التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها ويكفيك أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك في أقل من ساعة.. ليبدأ بعدها الموقع بأثره في العمل المحدد له في جذب عدد كبير من الزوار، وقد نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضعون فيها آراءً وأفكاراً حرةً غير خاضعة للرقابة مثلما يحدث في المواقع الكبرى.. ثم ومن خلالها بدأ

أصحاب الآراء الواحدة يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات.

وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة الكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت الكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام1990.

وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين، وأول موقع للصحافة الالكترونية على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Alto جاء بعده موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة.

وتعد هذه الصحيفة أولى النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءا لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الانترنت.

وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت وخلال الأعوام 1994- 1995 1996 زاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 368 في منتصف عام 1996.

وفي شهر نيسان عام 1997 تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعهما في

الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للاصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا انهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة.

وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع أسم "(الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي ((الصحف الالكترونية)) التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الإعلام المتعدد(Multi media)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشتركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة وأخذت الصحف اليكترونية في تزايد مستمر حيث وصل عددها عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن حوالي 99٪ من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت.

وعلى صعيد الصحافة العربية أعلنت صحيفة الشرق الأوسط سبتمبر 1995 عن توفر موادها الصحفية اليومية إلكترونيا للقراء على شكل

صور عبر شبكة الإنترنت، تلتها صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة في شهر فبراير 1996، ثم صحيفتا الحياة والسفير في العام نفسه.

وتعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001م أول صحيفة إلكترونية عربية.

واليوم أصبح بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يومياً على المزيد من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة التي لم تتعد أعمارها الأيام أو الأشهر.

ويقول الدكتور عبدالستار فيكي: "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الالكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الانترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما ان حوالي 99٪ من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت".

فعلى الرغم من انخفاض نسبة قراءة الصحف بشكل عام وفقاً للدراسات في هذا المجال إلا أن عدد قراء الصحف الإلكترونية - كما تشير الدراسات نفسها - في ازدياد مستمر من 9 في المائة عام 2006 إلى 14 في المائة عام 2008، وفي الربع الأخير من العام 2008 زار مواقع الصحف الالكترونية ما نسبته 41 في المائة من مجمل مستخدمي الإنترنت.

وأصبح قراء الصحف الإلكترونية يمثلون أكثر من ثلث قراء الصحف بعد أن كانوا أقل من الربع عام 2006، أما في البلدان العربية فيقدّر عدد مستخدمي الإنترنت المتكلمين باللغة العربية بحسب إحصاءات عام 2007 بنحو 28.5 مليون، أي نحو 2.5 في المائة من تعداد المستخدمين في العالم.

إلا أن عدد مستخدمي الإنترنت الذين يستخدمون اللغة العربية شهد أكبر وتيرة نموّ في تاريخه بين عامي 2000 و2007. وبلغت نسبة النمو 931.8 في المائة، مما يدل على مستقبل جيد في عالم الصحافة الالكترونية في الوطن العربي.

بداية الصحيفة الالكترونية:

يرجعها سيمون باينز" كثمرة تعاون بين مؤسستي بي بيسي "BBC"، الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثوريتي "IBA" عام 1976ضمن خدمة التلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس، بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل، وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديوتكست مع ناظم بريستل قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثوريتي. (محمود علم الدين، 2008، 19).

وهنا تطلب منا أن نتعرف على خدمتي التلتكست والفيديوتكست (عبد الأمير الفيصل، 2006، 88).

خدمة الفيديوتكست: هي أنظمة تعرض النصوص والرسوم في شكل يشبه الكتاب الالكتروني تتميز بمميزات عديدة تتمثل في حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين جزيئات المعلومات المتداولة على النظام ويتميز هذا النظام بإمكانية تخزين كمية كبيرة من المعلومات

وإمكانية تحديث المعلومات بسهولة وسرعة كما أنها متاحة لأي شخص يمتلك خط هاتف وشاشة استقبال مناسبة.

خدمة التليتكست: وهي أنظمة البث غير التفاعلية التي تبثها الشركات الإذاعية على بعض قنواتها عند توقف الإرسال العادي، ويتم استقبالها إما عن طريق التلفزيون أو شاشات الحاسب.

و إذا كان نجاح خدمة التليتكست مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون فإن نجاح الصحيفة الالكترونية مرتبط مباشرة بتوفر أجهزة الحاسوب وتطور البرامج التي تسهل الوصول إلى الانترنت والتعامل معها، وفي مرحلة التسعينات أصبح للانترنت دوراً بارزاً في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات. (محمود عالم الدين، 2008، 19)

ورغم أن الصحافة الالكترونية عرفت في منتصف عام 1970، عبر استخدام تقنية الفيديوتكست إلا أن المجال لم يلق الاهتمام المطلوب من الباحثين إلا بحلول عام 1980، وجاء ظهور الصحافة الالكترونية في شكلها الحديث "استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة العمل الاتصال الجماهيري بظهور شبكة الانترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969، وبما ترتب على هذه الشبكة من استخدامات إعلامية ضخمة أثرت في معطيات الوسائل التقليدية وبخاصة الصحافة المطبوعة مهنياً واقتصادياً خاصة بعد أن استطاعت شبكة الانترنت في فترات ازدهارها التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي أن تؤسس

لنفسها قاعدة كبيرة من جماهير الجيل الجديد. (محمود علم الدين، 2008، 20)

ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو ، التلفزيون ، والصحف).

وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكومبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم تكد تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إليكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية . (محمود علم الدين، 2008، 21).

يقول شيدين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الالكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتدبرس ، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد انفضاض الشراكة" ، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية Bulletin Board System – BBS في سنوات 1985- 1988 .(فارس المهداوي، 2007، 50)

صحافة الانترنت إذن هي نتاج لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية ، وهي برغم عمرها القصير إلا أنها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين والطبقة السياسية ومروجي الافكار والدعاة وسواهم ، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها وفي طبيعة الجمهور الذي يستخدمها . وبرغم أن المؤشرات حول ذلك لاتزال غير مشجعة ، إلا أن كثيرا من الباحثين جنحوا مبكرا الى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية ونهاية عصرها ، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأن عام 2040 سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الالكترونية . (محمود علم الدين، 2008، 21)

تطور الصحف الالكترونية:

مع ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية وظهور شركات مزودي خدمات الانترنت للأفراد تزايد الاستخدام الجماهيري للانترنت وتحولت بالفعل إلى وسيلة اتصال تؤدي وظائف الاتصال الشخصي والجماهيريبفضل اعتمادها على الحاسبات الالكترونية الامر الذي جعلها تمهد الطريق لعصر اتصالي يعتمد على الوسائط المتعددة في تقديمه للمضمون وعلى التفاعلية في أساليب الاتصال الجماهيري.(ماجد تربان، 2008، 101).

وعندما صار الانترنت ظاهرة وخرجت من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة ظهر ما يسمى بالنشر الالكتروني "الصحف والمجلات ومواقع المعلومات والاخبار" الذي أتاح الفرصة أمام الصحف لتوسيع نطاق تغطيتها وذلك من خلال إصدار طبعات الكترونية من إصداراتها اليومية، لتبث إلى المشتركين في منازلهم عبر شبكات

حاسوبية خاصة تتيح لهم الإطلاع على المواد الصحفية المنشورة باستخدام شاشات العرض الخاصة بحاسباتهم الشخصية، وقد قدمت الويب نفسها كوسيط نشر مع ظهور أول أدوات تصفح الويب الرسومية مانحة الناشرين الفرصة لأن يسبقوا وسائل الإعلام التقليدية في نشر الاخبار الآنية لأن الويب تمكن المستخدم من الحصول على معلومات كتابية مسموعة ومرئية عبر صفحات الكترونية، تمثل كتيباً الكترونياً يتصفح فيه المستخدم عبر حاسبه الآلي حيث تمثل أهم العوامل التي أسهمت في ظهور الصحافة الالكترونية وانتشارها إلى جانب التفاعلية وبخاصة عرض الصور الحية إضافة إلى التطورات التي عرفها مجال الوسائط المتعددة وزهد كلفة النشر الالكتروني وانتشاره الواسع الذي يسمح للجرائد أن تقدم مجموعة أوسع من المعلومات مع إمكانية الربط بمقالات أخرى . (ماجد تربان، 2008، 101- 102).

وكانت الصحف قد بدأت بعدة محاولات في السبعينيات لايجاد بدائل جديدة لتوصيل المادة الصحفية للقراء عن الصحافة المطبوعة في خطوة من الصحف لمواجهة انخفاض قارئي الصحف الورقية والعمل على زيادة القراء عبر دخول الصحف في مجال النشر الالكتروني بتجريب تقنية التليتسكت والفيديوتكست.

وبذلك نجد أن الصحافة الالكترونية إنما هي نتاج حديث أو مرحلة متطورة من مراحل التطور المستمر للصحافة بشكل عام.

أول صحيفة الكترونية:

هناك اختلاف بين المهتمين في الصحافة الالكترونية على اسم أول صحيفة الكترونية ظهرت على شبكة الانترنت كصحيفة بالكامل، وهي صحيفة "هيلزنبورج أجبلاد" السويدية عام 1991، أم صحيفة تريبيون الامريكية التي صدرت عام 1992، وقد كان من بين

الصحف الكبرى التي ظهرت على شبكة الانترنت صحيفة us today كأولى الصحف الكبرى التي تسمح أن يتنقل من موقع إلى آخر، وكذلك الانتقال إلى الأقسام المتعددة ، في عام 1993 كان هناك ما يقارب 20 صحيفة ومجلة لها مواقع على الانترنت منها مجلة آخر الأسبوع التي نشرت فضيحة كلينتون ومونيكا على الانترنت تقدمها الصحيفة الورقية. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 219).

"في عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة الكترونية على شبكة أميركا أونلاين، وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الالكترونية الأول على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Alto وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بإنتظام على الشبكة" .

وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجانا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءا من تطور وتوزيع شبكة الانترنت . "وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994- 1995 وزاد عدد الصحف اليومية الاميركية التي أنشأت مواقع ألكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996" . (محمود علم الدين، 2008، 22)

أول صحيفة الكترونية عربية:

وبدءاً من سبتمبر عام 1995 سعت الصحف العربية إلى الإفادة من شبكة الانترنت في نشر نسخ الكترونية من إصداراتها المطبوعة حيث،

ظهرت النسخة الالكترونية من صحيفة الشرق الأوسط تلتها صحيفة النهار اللبنانية عام 1996، ثم توالى صدور النسخ الالكترونية لتبلغ في منتصف 2000م، 26 نسخة، وتعد صحيفة الجزيرة أول صحيفة سعودية تنشر نسخة الكترونية من إصدارها المطبوع عام 1997.(محمود علم الدين، 2008، 28).

ومن خلال عرضنا لهذا التأريخ، يمكننا القول أن الصحف العربية القديمة المتوافرة على إنترنت لا تتوافر فيها شروط الصحيفة الإلكترونية ولكن هي في مجملها عبارة عن توأم للصحف المطبوعة لذلك فهي صحف عربية متوافرة الكترونياً وليست صحفاً إلكترونية.

ومما سبق نلاحظ أن مرحلة التسعينات هي مرحلة تكاثف الصحف الالكترونية حيث أدركت الصحافة قيمة التكنولوجيا وأهمية الاستفادة من الانترنت، ومن ثم بدأ التطلع إلى تطويرها بالشكل الأكثر جاذبية للقراء وفصلها عن الصف الورقية حيث لكل جمهورها وخصائصها التي تتميز بها.

بداية الصحافة الالكترونية بدون الورقية:

أما عن بداية صدور الصحيفة الالكترونية دون الورقية فقد كانت في شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية ، فصدرت الصحيفتان على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي ، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم ، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء

جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة ".
(محمود علم الدين، 2008، 26).

وأتوقع أن هذه التجربة أبرزت خاصية النشر الالكتروني دون الأصل الورقي، الامر الذي جعلهم يشعرون بشيء جديد، ناهيك عن القراء الذين أقبلوا على الالكترونية بشكل أكبر.

في عام 1999 ظهرت عبر الانترنت موجه (الدوت كوم)، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الانترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وتشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام، عرفت باسم بوابات الانترنت الصحفية وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثة والنشرات البريدية الالكترونية وخدمات البريد الالكتروني وخدمات البحث في الأرشيف، وحالياً تجسد هذه البوابات نموذجاً للصحافة الالكترونية التي تمارس عبر الانترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة، الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقا للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه.(زيد سليمان، 2009، 13).

الصراع بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية:

قبل أن ينتهي عقد التسعينات كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصاً الكبرى منها قد أسست لنفسها مواقع على شبكة الانترنت وبدأت بإصدار نسخ الكترونية من طبعتها الورقية التي بقيت محتفظة بمكانها دون أن تسجل تراجعاً جدياً في أرقام توزيعها اليومية وقد غدا

مـن النـادر الآن أن توجـد صـحيفة تصـدر مطبوعـة دون أن يكـون لهـا نسختها الالكترونية.

وقـد شـجع انتشـار تقنيـة الانترنـت والحاسـوب ورخـص أثمانهـا وسـهولة اسـتخدامها الصـحف علـى إصـدار نسـخها الالكترونيـة وذلـك لتحقيـق فوائـد عـدة فهـي مـن ناحيـة تسـتخدم للترويـج والإعـلان لطبعتهـا الورقيـة، وهـي مـن ناحيـة ثانيـة بقرائهـا المتسـربين إلى الوسـائل الاخـرى، وهـي ثالثـاً تضـمن آفـاق جديـدة للتوزيـع والانتشـار تتجـاوز المتـاح لطبعاتهـا الورقية بسبب قيود الرقابة والنقل والإمكانيات المالية.

لكن إدارات الصحف سرعان ما وجدت أن النسخة الالكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبي احتياجات القراء حيث ظهر أن 10٪ فقط من زوار موقع الصحيفة على شبكة الانترنت يهتمون بموضوعات الطبعة الورقية، فيما يبحث 90٪ عن معلومات جديدة، وهكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحرير خاصة لمواقعها الالكترونية تتولى تحرير صحيفة مختلفة بنسبة تتجاوز ال60٪ من النسخة الورقية، مستفيدة في ذلك من المزايا الكبيرة التي توفرها تقنية الانترنت من حي كمية المعلومات الممكن تقديمها، والمساحة غير المحدودة للموقع الالكتروني وهي ميزة أنهت مشكلة المساحة التي كانت من أهم المشاكل الفنية التي واجهتها الصحافة المطبوعة. (محمود علم الدين، 2008، 24).

ظهور المواقع الإخبارية الالكترونية:

إن بـروز ظـاهرة الصـحافة الالكترونيـة وطغيانهـا عـبر شـبكة الانترنت حفزت الأجواء لانطلاق شكل آخر جديد من الصحافة أطلق عليه (المواقع الإخبارية الالكترونية) ورغم دلالات هذا الاسم إلا أنها لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الالكترونية تبويباً وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها

وأسلوب تحرير موادها وقد عرف عن هذه المواقع استقلاليتها وعدم تبعيتها أي صحيفة أخرى وهي ثمرة من ثمرات الفضاء التفاعلي ، ويلا حظ أن هذه المواقع أثبتت نجاحاً وحضوراً فاعلاً إلى درجة أن بعضهم تشجع واندفع باتجاه إصدار مجلات أو نشرات أو صحف ورقية ومنها صدور مجلة التقنية والتي صدرت الكترونياً ثم صدر العدد الالكتروني منها بعد ذلك وهذا ما أطلق عليه البعض بالهجرة المعاكسة. (عبد الرزاق الدليملي، 2011، 214).

ويلا حظ أن الصحف الالكترونية تميز نفسها عن المواقع الإخبارية من خلال وجود الترويسة التي تتضمن اسم الصحيفة وتالايخ الاصدار إلا أن أغلبها لا يشير إلى اسم رئيس التحرير أو إلى الجهة التي تقف وراء هذه الصحيفة، ونلاحظ اليوم أن هناك ابتكارات وتغيرات تحاول كل أنماط النشر الالكتروني استخدامها لتميزها عن غيرها ولجذب أعداد أكبر من المتصفحين لها علماً بأن كثير من هذه الصحف والمواقع درجت على إشراك المتصفح وفتح الحوارات معه والسماح له بإبداء آرائه فيما ينشر من موضوعات. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 215).

مراحل تطور بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت:

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاث مراحل؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الانترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا.

المرحلة الثانية يقوم الصحافيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتواءم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط

والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول.

أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحافيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر.

وعن مراحل تطور صحافة الانترنت يحدد لاري بيرور في مقال نشره بمجلة أونلاين جورناليزم ريفيو أن الصحافة الإلكترونية مرت بثلاث موجات رئيسية في مسيرة الوصول إلى الواقع الحالي: (علي عواض، بدون سنة، 7).

- في الموجة الأولى (1982- 1992" سادت في البداية عدة تجارب للنشر الالكتروني الشبكي من نوع الفيديوتيكس، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كمبيوسيرف.
- الموجة الثانية ابتداءاً من 1993 أخذت المؤسسات الإعلامية علماً بالانترنت فبدات بالتواجد فيها.
- الموجة الثالثة التي بدأت قريباً جداً في مرحلة البث المكثف التي تشي بالقوة في التطبيقات الإعلامية كما تنبيء بالربحية أكثر من المرحلتين السابقتين.

خصائص الصحافة الالكترونية

خصائص الصحافة الالكترونية ترتبط بخصائص الإنترنت ذاته ، إذ إن الكتابة لصحافة الإنترنت ليس مثل كتابة النص العادي ، ويجب التفكير في كافة الأشكال التي يمكن استخدامها في القصة الاخبارية لتتجاوب مع بعض خصائص الإنترنت.

وقد حملت بيئة عمل الصحافة الإلكترونية الكثير من الاختلافات عن بيئة عمل الصحافة المطبوعة، وقد كتب الكثيرون عن خصائص أو سمات بيئة عمل الصحافة الإلكترونية، لكن الباحث من جانبه جمع – في هذه الورقة البحثية –تلك الخصائص في مجموعة مترابطة ومتكاملة، وصنفها الى مزايا وسلبيات كالتالي:

أولا: مزايا الصحافة الالكترونية

1- تعدد الوسائط:

إذا كان الراديو يقدم الصوت، والتليفزيون يقدم الصوت والصورة، والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط وفى قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتا أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقع بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة، و التحدي الأكبر أمام الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

2ـ التفاعل والمشاركة:

في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات

للأمام والخلف، وفى التليفزيون يجلس ويتلقى بسلبية كل ما يذاع، وإن كانت هناك محاولات لنشر ما يعرف بالتليفزيون التفاعلي، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، و ينتهي بإمكان توجيه الأسئلة للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ ، أو المشاركة في استطلاعات الرأي التي تعطي مساحة كبيرة للقارئ من إبداء رأيه دون قلق لتكسر بذلك حاجز الخوف من الرقابة. وتوفر النقد والتعليق على الخبر الالكتروني في الصحافة الالكترونية يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار..

3ـ التمكين والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض:

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

4ـ السرعة والفورية والتحديث المستمر:

تتميز الصحافة الالكترونية بسرعة انتشار المعلومات ووصولها الى اكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي في أسرع وقت وأقل تكاليف. والتحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث، وسرعة تعديل وتجديد الخبر الالكتروني. وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع الالكتروني.

5ـ الشخصنة:

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقى بعض الخدمات ويلغى الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفى كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

6ـ الحدود المفتوحة:

في الصحافة المطبوعة يواجه.المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصّصة للنشر، وهذه المشكلة ليس موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن

تكنولوجيات الإنترنت - خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة - تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفريعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

7- المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي الصحافة الالكترونية إذ لا يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه.

ويرى الخبير لورنس ماير في مقابلة مع موقع دويتشه فيله، وفي إجابته عن ابرز خصائص الصحافة الإلكترونية إن الصحافة الإلكترونية هي استمرار للصحافة التقليدية بشكل يواكب التطور الإعلامي الذي نشهده في عصرنا الحالي، غير أنها تتميز عنها بنوع من المرونة على صعيد الجمع بين عدة أشكال من الإنتاج الصحافي كالنص المكتوب والمسموع والمرئي.

وبهذا تجمع الصحافة الإلكترونية بين مختلف التقنيات المتوفرة في وسائل الإعلام التقليدية، وبكل تأكيد فأن الصحافة الإلكترونية أصبحت مهنة قائمة بذاتها على ضوء الازدياد المستمر في الطلب على المتخصصين وأصحاب الخبرة فيها، فعروض العمل في هذا المجال تعرف تزايداً مضطرداً.

ويدعم ذلك النمو الكبير لقطاع الإعلان على شبكة الإنترنت بشكل يجعلها جاذبة للاستثمار في مجال الإعلام. ومن نتائج ذلك خلق فرص عمل إضافية للصحافيين المتخصصين. ويزيد من أهمية ذلك إن المواقع الإلكترونية تعتبر الحل للعديد من المشاكل التي تتخبط بها وسائل الإعلام بسبب فقدان عدد كبير من القراء أو المشاهدين.

8ـ الأرشفة:

توفر الصحافة الالكترونية أرشيفا وقاعدة معلوماتية للصحفي والقارئ في كل وقت.

9ـ توفير الوقت والجهد والمال:

الصحافة الالكترونية توفر الوقت والجهد والمال لمتابعها. كما ان مؤسسة الصحافة الالكترونية ليست بحاجة إلى مقر واحد ثابت يحوى كل الكادر.

ثانيا: عيوب الصحافة الالكترونية

1- الحاجة للسرعة في الأخبار الالكترونية: السرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة الى النجاح العارم وقد تدفعه إلى الخسارة.

2- وفرت الصحافة الإلكترونية بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والملفقة بسرعة فائقة وغير معهودة في الصحافة المطبوعة، وذلك لأنها أي الصحافة الإلكترونية تعيش عبر الإنترنت كوسيط قائم على آليات فائقة السرعة في نقل وتبادل المعلومات على نطاق واسع.

3- عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات: الشك لا يزال يحيط بالمعلومات التي ترد عبر الانترنت، والثقة لا تزال أكبر بالمعلومات والاخبار التي تنشر في الصحف.

4- الإعلام الإلكتروني يتطلب من الشخص الجلوس خلف حاسب آلي، مربوط بالإنترنت، وهو ما يفقد الشخص حرية الحركة والقراءة في الأوضاع الأخرى، على نقيض الصحيفة والمجلة وغيرها.

تصفح الصحف الالكترونية متعب ومرهق للعين ومضر بحاسة البصر.

5- فقدان المصداقية لدى الكثير من الناس بهذا الإعلام، بسبب النقل الغير أخلاقي.

6- خدمات الإنترنت السيئة التي لا تزال منتشرة في العالم العربي على نطاق واسع، ما يعني البطء والملل لدى المتلقين.

7- التكاليف المرتفعة التي يدفعها الناس للوصول إلى الإنترنت.

8- الأمية الإلكترونية المنتشرة في المجتمعات العربية ودول العالم الثالث ، حيث يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية حوالي 7.5٪ من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلى 67.4٪ وأوروبا إلى 35.5٪ طبقا لأحدث الإحصائي.

9- **تحديات تواجه الصحافة الالكترونية وسبل النهوض بها**

بالرغم من أن الصحافة الالكترونية شكلت ظاهرة اعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتمتلك العديد من الخصائص والميزات التي تميزها عن غيرها من وسائل الاعلام المختلفة إلا أنها كذلك تواجه الكثير من التحديات والمصاعب .

أولا: معيقات وتحديات

1- ضعف الموارد المادية للمواقع الإخبارية الصحفية وبالأخص المستقلة والتي ترغب في المنافسة ولا تجد المال الكافي من أجل القدرة التشغيلية ، إضافة إلى أن الشركات التجارية من القطاع الخاص

عموماً لم يؤمن بعد بإمكانية الإعلان على المواقع الإخبارية وأن فعلت بعض الجهات ذلك فإنها تدفع مبالغ ضئيلة لإعلانات تظل فترة طويلة في الموقع المعين وأحياناً يكون تصميمها ثقيلاً وتؤثر على تصفح الموقع وإذا ما تمت مقارنة قيمة الإعلان في أي موقع ولنقل أنه 2000$ لمدة عام في الموقع الإخباري فإن نفس المعلن يمكنه أن يدفع نفس المبلغ بطيب خاطر مقابل إعلان صفحة واحدة ملونة أو ريبورتاج إعلاني أو (مجاملة) بتعزية أو تهنئة لمسئول ما في الدولة وليوم واحد فقط قبل أن تذهب الصحيفة.

2- غياب الأنظمة المنظمة للعمل، وكذلك ضعف الرقابة: وفي هذا السياق، تبرز أيضاً قضية التشريعات الصحافية التي تتحكم في عمل في الصحافة الإلكترونية، وحاضراً ما زالت معظم الدول العربية تُطبّق قوانين المطبوعات الورقية على المواقع الإلكترونية، وثمة من يرى أن اتساع ساحة النشر والتوزيع إلكترونياً، يخلق حاجة لتشريعات مختلفة نوعياً بصددها.

3- المنافسة الشديدة على الانترنت وبروز دور المواقع الإعلامية الشخصية أو الشعبية، ومواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشعبي، تشكل المنتديات الإخبارية والسياسية بيئة هامة للمنافسة، خاصة التي تتمتع بشهرة واسعة وكبيرة. أما على المستوى الفردي، فهناك المدونات الشخصية، التي يصل عدد زوار بعضها في اليوم الواحد، إلى أكثر من 250 ألف. كالمدونات المشهورة، وبعض المواقع الشخصية الناجحة.

4- غياب التخطيط نوعا ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية لها.

5- عدم توافر الامكانيات التقنية في الدول النامية والفقيرة.

6- كثرة وتعدد المهارات التي يحتاجها الصحفي والقارئ، الى جانب كثرة الأعباء التي تقع على عاتق الصحفي الالكتروني.

7- تحديث البرامج التعليمية والإعداد: فقد فرضت تحديات الصحافة الإلكترونية نفسها على المؤسسات التعليمية والبحثية المختلفة، حيث عملت هذه الهيئات المؤسسات البحثية والتعليمية تطويع برامجها ومناهجها المتعلقة بالصحافة عموما وإدخال برامج ومناهج مستحدثة استجابة للتغيير الكبير الذي أحدثته الصحافة الإلكترونية وأسلوبها في العمل، فظهرت في المجتمع الأكاديمي التعليمي مناهج دراسية عديدة متخصصة في الصحافة الإلكترونية، تجسد تحولا كبيرا في الفكر التعليمي وفي المهارات التي يفترض أن يحصل عليها دارسو الصحافة بهذه المعاهد والكليات، حتى أصبحت المناهج والدورات التدريبية خليطا مما يدرسه طالب الإعلام والصحافة وطالب الهندسة وطالب الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات والبرمجيات.

8- لعل التحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية- كما يقول د. محمود خليل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة- هو أنها غير معترف بها من قبل الدولة مما يجعلها في موقع لا محل له من الإعراب بالنسبة للقوانين والتشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي يتعامل معها، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشريع

لها مما يعرضها لغلق موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي.

ثانيا: سبل النهوض بالصحافة الالكترونية

1- اجراء تعديلات على القانون الخاص بالنشر والمطبوعات في الدول المهتمة بالصحافة الالكترونية.

2- ضمان تعديل بنود حماية الراي والتعبير وحرية النشر والحصول على المعلومات وحرية مناقشة امور وقضايا حكومية ورسمية وحرية المعارضة.

3- بناء هيئات تحريرية كاملة متكاملة قادرة مثقفة متعلمة ليكون المدير القائد وليس القائد المدير، لتعمل الهيئة كاملة وبشكل جماعي والبعد عن الفردية في اتخاذ القرارات حول الاخبار وعدم بروز رئيس التحرير بمقام الامر الناهي.

4- ترسيخ مبدأ سيادة القانون من خلال دور مؤسسات المجتمع المدني بشكل خاص.

5- حرية التفكير والتعبير الذي يعتبر جزءا من نظام الحكم الديمقراطي.

6- احترام وتقدير الصحفي والاعلامي فالإنسان او الفرد من اهم مميزات الحكم الديمقراطي والمحافظة على حريته وحقوقه فاذا حصل الصحفي على جو ديمقراطي سيعمل من خلال الصحافة على تعزيز الديمقراطية في مجتمعه والا فلن تعزز الصحافة الديمقراطية بل ستهدم ما تبقى منها.

7- اذا وفرت حرية الراي والتعبير تطبق الديمقراطية فتكون الصحافة نفسها تطبيقا وتعزيزا للديمقراطية فحرية الرأي من الحريات الاساسية التي لا يقوم للديمقراطية قائمة دونها.

8- الاقرار بحرية اعتناق معتقدات سياسية وافكار يريدونها دون قيد او منع والحق في الوصول الى المعلومات والحق في نشرها وبالتالي اعطاء الحق الكامل للأفراد في الحصول على المعلومات بمختلف انواعها ومن هنا يتبلور الراي العام الشعبي في قضية ما.

9- تحسين ظروف عمل الصحفيين.

10-انشاء محاكم خاصة للاختراقات والاخطاء الصحافية وعدم عرض الصحافيين في محاكم المجرمين.

11-خدمات الصحافة الإلكترونية

إن ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية في تسعينيات القرن الماضي، أوجد واقعاً إعلامياً جديداً مع مرور الوقت فرض نفسه على الساحة الصحفية، حيث أتاح للقراء ظهور نوع جديد من الخدمة الصحفية من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية، والمضامين الإعلامية التفسيرية والتوضيحية من خلال قوالب الكترونية غير متعارف عليها في عالم الصحافة الورقية.

ومنذ ظهورها تميزت الصحافة الالكترونية بكم الخدمات التي تقدمها على شبكة الانترنت، فيأتي تفوق الصحافة الالكترونية على الصحافة الورقية بمقدار الخدمات التي تتيحها الصحافة الالكترونية للقراء، ومدى التفاعلية التي تتيحها لجمهور الزوار.

وتعد مواقع الصحافة الالكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت جذباً للقراء، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston ، والتي تقول أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركة بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الالكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، ووجدت الدراسة أن 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار. (أمين، 2011، 101)

من هنا وجب تسليط الضوء على الخدمات التي تقدمها الصحافة الالكترونية، ومن خلال الاطلاع على العديد من كتب الصحافة الالكترونية وجدت تصنيفات مختلفة لهذه الخدمات، وبالطبع اختلاف وتنوع في الخدمات وتقسيمات مختلفة لها.

أولاً: خدمات التواصل:

- القوائم البريدية: (الدليمي، 2011، 224)

وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية المختارة مما ينشر يومياً في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الالكتروني، لتمكنهم في زحمة الأعمال والواجبات من متابعة ما يستجد من أعمال وتطورات، وتيسر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات.

- المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار: (أمين، 2011، 104)

وهـي خدمـة تقـدمها الصـحيفة للقـراء للتعـبير عـن آرائهـم في القضـايا والموضوعات التي يهتمون بها، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.
- حـوار حـول موضـوعات أخـرى غير مرتبطة بعـدد اليـوم، وموزعة وفقاً للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا، وغيرها.

- المشـاركة في التصـويت أو اسـتطلاعات الـرأي: (الـدليمي، 2011، 224)

يعـد التصـويت أو الاسـتطلاع مـن الأدوات المهمـة للموقـع ولزائـره علـى السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الـرأي، وللموقع مـن حيـث يمكنـه قيـاس رأي زائريـه في الأحـداث والقضـايا المختلفـة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها، ونتيجة التصويت دائما تظهر في مكـان التصـويت نفسـه، وذلـك بعـد لحظـة مـن المشـاركة، دونمـا الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة.

- **التعليق على الأخبار:**

تتـيح هـذه الخدمـة للمسـتخدم التعليـق علـى مـا نشـر بالصـحيفة وإرسال رسائل الكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر. وتتباين مسـميات هـذه الخدمـة في مواقع الصحف المختلفة مثل: feedback، وSend us feedback، كمـا تتفـرع منهـا خـدمات أخـرى في بعض المواقـع مثل خدمـة التصـحيح Corrections. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الالكترونية عـن الصـحف الورقيـة الـتي لا تسـمح طبيعـة إنتاجهـا والتكنولوجيـا المسـتخدمة فيهـا بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام

التقليدية خاصة الصحف حيث يتميز رجع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر.

- **الحوار مع الشخصيات المختلفة:**

ويمكن أن يكون الحوار مرئيا أو مكتوبا ، عبر موقع الصحيفة الالكترونية ، يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة.

ثانياً: خدمات البث والنشر:

- **البث التلفزيوني:**

وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

- **راديو الانترنت**

وهو مصطلح يشير إلى استخدام الانترنت لتقديم الخدمات الإذاعية.

ومن مميزات مذياع الشبكة (الانترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها ، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم.

وأيضا فان العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الانترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية.

- **إعادة نشر الصحيفة كملف PDF أو فلاش**

وتسعى معظم المواقع الالكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحه على الانترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضا من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه.

- **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية** (أمين، 2011، 103)

وهي خدمة تقدمها الصحيفة الالكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.

- **تقنية النشر المتزامن البسيط RSS** (محمد، 2011، 113)

تختصر هذه الحروف كلمات Really Simple Synndication ، وتعد خدمة RSS وسيلة سهلة (تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الانترنت بدلا من أن يفتح صفحات المواقع ذاتها للبحث فيها من موضوعات جديدة. وقد تحتوي الوثيقة على التغذية Feed في صورة إما ملخص للموضوع أو الموضوع كاملاً، وقد يحصل المستخدم على الفقرة الأولى من الموضوع (لا الملخص) لدفع المستخدم إلى العودة إلى الموقع مرة أخرى لقراءة باقي المقال، وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على أعداد المستخدمين وما يستتبعه من جذب للمعلنين، ولكن قد يحبط هذا التصرف القارئ الذي يود الحصول على الموضوع بشكل بسيط وسريع. فالميزة الأساسية لـ RSS إمكانية متابعة العديد من الموقع في مكان واحد.

- **خدمة البودكاست** (الجزيرة نت)

خدمة البودكاست هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت/ فيديو) يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج الذي اخترته، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو\صوت) على

جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو على الحاسب الشخصي.

- **النسخة الخفيفة**

وهي وسيلة لتسهيل الوصول للموقع الإخباري والمعلومة الصحفية في حال كان الانترنت بطيء أو ضعيف، ويوجد في النسخ الخفيفة كافة المعلومات الإخبارية والصحفية مع قلة في الصور والفيديوهات التي تزيد من حجم الصفحة.

ثالثاً: خدمات البحث وتحميل الملفات:

- **خدمة البحث:** (أمين، 2011، 101)

حيث تتيح الصحيفة الالكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، أو داخل شبكة الويب، وبعض الصحف يتيح البحث لفترة زمنية محددة (ستة أشهر مثلا) أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة الكترونية إلى أخرى.

- **خدمة البحث في الأرشيف:** (أمين، 2011، 102)

وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الالكترونية، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الالكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يرد المتصفح الوصول إليها.

- **مشاركة الآخرين بالخبر**

ويمكن من خلال برمجة الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد على ايميله أو المراسلة المباشر وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين.

رابعاً: خدمات المساعدة والتوجيه:

- **خريطة الموقع** site map : (**أمين**، 2011، 104)

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل والخدمات، مثل مواقع الصحف الالكترونية الكبيرة.

- **المساعدة** help :

وهذه الخدمة تحمل أسماء متعددة منها: المساعدة أو help أو مركز المساعدة.

وتحاول من خلالها المواقع الالكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية.

- **معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري للهمن نحن لله** :

وتكون فيها معلومات مشابهة لتلك التي في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها من تكون وما أهدافها وما هي سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى.

- **الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة:**

وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

خامساً: خدمات أخرى:

- **التسوق** : (علم الدين، 2008، 115)

وتوفر أسواق مركزية للتسوق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الانترنت

ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضا

- **توفير تقارير أصلية:**

وهذه التقارير تكون من إعداد فرق خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية.

- QR BarCode

وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية تسهل هذه التقنية عملية إعادة فتح الرابط مباشرة عبر الهاتف المحمول من شاشة الحاسوب بواسطة برامج فك التشفير التي يزود بها الهاتف.

على سبيل المثال:

توفر مؤسسة الجارديان عبر موقعها الالكتروني استعراضاً بانورامياً لخدماتها الإخبارية وغير الإخبارية والتي تتمثل في الآتي: (علم الدين، 2008، 118)

أولا: الخدمات الإخبارية:

1. تجديد آني للمحتوى كل بضعة دقائق بآخر الأخبار المحلية والعالمية.
2. نشرة إذاعية إخبارية على الهواء مباشرة يعدها فريق إذاعي متخصص لهذا الغرض داخل المؤسسة.
3. خدمة الأخبار عاجلة عبر الهواتف المحمولة للمشتركين.

4. خدمة الأخبار المتخصصة عبر البريد الالكتروني للمشتركين.
5. خدمة استعراض النسخ المطبوعة يوميا من صحيفتي الجارديان والاوبزوفر وإمكانيات قراءتها كقصاصات صحفية بالحجم الطبيعي، أو طباعتها كملف PDF.
6. خدمة RSS مجانية بالمحتوى الإخباري المتجدد في الموقع.
7. خدمة Most Read المجانية والتي تستعرض لقارئ اليوم أكثر المقالات والأخبار التي قرأها الجمهور يوم أمس في النسخة الالكترونية للصحيفة.
8. خدمة G24 والتي تتيح للمشترك تصفح آخر الأخبار المتجددة كل 15 دقيقة وطباعتها PDF.
9. خدمة الحصول على أخبار أو مواد من أعداد سابقة في الجارديان أو الاوبزوفر وشراء صور حسب الطلب باستخدام قاعدة البيانات.

ثانيا: الخدمات غير الإخبارية:

1. خدمة الأفلام الوثائقية حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والتي يتم إنتاجها من خلال فريق متخصص حاز برغم حداثة إنشاؤه على جائزة أوروبية في الإنتاج الدرامي الوثائقي في أكتوبر 2003.
2. خدمات اجتماعية متنوعة مثل البحث عن الوظائف باستخدام مداخل متعددة كاسم الوظيفية أو اسم الشركة، وخدمات البحث عن الأصدقاء المناسبين "Find a date"، أو الحصول على نباتات زينة بمواصفات معينة من مركز متخصص بالنباتات داخل المؤسسة.

3. خـدمات ثقافيـة وترفيهيـة متنوعـة كمشـاهدة الكـارتون ومسـابقات الكلمـات المتقاطعـة ولعبـة السـودوكو التفاعليـة والتعـرف علـى أخبـار الطقـس وبـرامج الـ T.V وخدمـة العـروض الإخبارية المصورة.
4. توفر الجارديان من خلال موقعها دليلاً للأسلوب التحريـري المتبـع في صـياغة الأخبـار والتقـارير، و يمكـن للمسـتخدم أن يحصـل عليه كاملا بالمجان من خلال طباعته PDF، ويفيد هذا الـدليل الكتاب الذين يريدون المشاركة في تحرير الصحيفة .
5. ويـوفر الموقـع أيضـا إمكانيـات الاطـلاع علـى المحتـوى العـام للإصدارات الأخرى للمؤسسة مثل:
   - الجارديان الأسبوعي
   - عروض الكتب
   - المجلة الاقتصادية
   - المجلة الثقافية

وكمـا حـددت المؤسسـة الغـرض مـن إطـلاق موقعهـا بصـورته الجديـدة علـى الانترنـت بـأن الهـدف الأساسـي منـه هـو أن يسـتطيع أي شـخص في العـالم قـراءة الجارديـان والاوبزوفـر تمامـا كمـا يسـتطيع الجمهـور البريطـاني صـفحة بصـفحة وصـورة بصـورة كمـا في النسـخة اليومية المطبوعة.

وقد فرزت المؤسسة آلية لعرض المحتوى اليومي والحصول على ما يرغب القراء في الاطلاع عليه أو الاحتفاظ به من أخبار مـن خـلال برنـامج تعمـل خطواته كالآتي:

1. يختار المستخدم بين استعراض الجارديان أو الاوبزوفر.

2. بعد اختيار الجريدة يتم استعراض الصفحات الرئيسية لكل قسم من أقسامها مع محتوى تفصيلي بجميع العناوين على الصفحة.
3. بعد اختيار العنوان المطلوب يتم استعراض المحتوى التفصيلي للخبر مع إمكانية عرضه القصاصة صحيفة أو طباعته بصورته الأصلية كما في النسخة المطبوعة.

تحرير الصحف الإلكترونية

تقديم:

شهدت أواخر القرن العشرين تطورات هائلة في مجال الاتصال ووسائل المعلومات، وأهمها ظهور توسع الشبكة الدولية للمعلومات " الإنترنت"، والقفزات الكبيرة التي حققتها في النشر الالكتروني، واتسعت قاعدة مستخدمي هذه التكنولوجيا من مختلف فئات المجتمع، ولا شك أن هذه التكنولوجيا قد أثرت في مظاهر مجتمعية عديدة بما أفرزته من تقنيات ووسائل مستحدثة، وأدت إلى الحد من الصعوبات التي أوجدها مفهوم "حارس البوابة الإعلامية".

توجد علاقة واضحة تربط تكنولوجيا الاتصال بالمجال الصحفي، بسبب زيادة أهمية قيمة المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، وطريقة توزيعها واستقبالها، وهي مهام من صميم العمل الصحفي، حيث أسهمت في تطوير الأداء الصحفي، وإيجاد ممارسات صحفية جديدة، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام نظام تكنولوجي جديد ومسئوليات جديدة، وبدأ استخدام الحاسوب كأداة للجمع والتقصي عن معلومات للوصول إلى مصادر عدة وجمع المعلومات والبيانات والوثائق.

فرضت التطورات المذهلة في تقنيات تكنولوجيا الاتصال خلال العقدين الأخيرين تغييرات عديدة في عناصر العملية الاتصالية التي تشمل المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي، ورد الفعل، حيث لخص مارشال ماكلوهان نظريته الإعلامية بعبارة واحدة: "الوسيلة هي الرسالة " أي: أن اختراع أية وسيلة اتصالية لابد أن يفرض تغييراً في طبيعة المضمون الذي تقدمه الوسيلة إلى المتلقي، ومن ثم تكون التأثيرات وردود الأفعال حوله.

أثرت التطورات التكنولوجية التي طالت الإعلام على الصحافة، ووجدت نفسها داخل بديل يحتمل أن يكون بديلاً للورق في نقل الصحيفة بيد القارئ، وتكون شبكة الإنترنت هي البيئة التي يفضل الناشرون أن تكون الفضاء الجديد للصحافة، بحيث أضافت شبكة الإنترنت للصحافة مميزات وسمات يحبذها القراء، ويستغلها الناشرون لتبدأ مرحلة الصحافة الإلكترونية التي بدأت في الظهور منذ التسعينيات من القرن العشرين، إلى جانب أن ظهور الصحافة الإلكترونية جاء لمواجهة تحديات المنافسة الشديدة من جانب تقنيات الاتصال والمعلومات، والتي تتمثل في تنامي القنوات التلفزيونية الفضائية والتلفزيون الرقمي(1).

تتعدد المجالات التي يمكن من خلالها دراسة الصحف الإلكترونية، ومنها: خصائصها، والخدمات التي توفرها، وأنواعها، وتحريرها، وفي هذه الورقة البحثية سيتم تناول تحرير الصحف الإلكترونية، الذي يتجاوز مفهومه الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترتبط الوصلات الطرفية أمام المحررين الموجودين في صالة التحرير بشبكة محلية تدار

بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيس عن العدد الصادر من الصحيفة.

يمثل التحرير الصحفي عصباً رئيساً في أي مؤسسة صحفية، حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين، وتهدف الورقة البحثية في هذا المطلب إلى التعرف على مفهوم، وأهداف، وعمليات التحرير الصحفي، ومفهوم وسمات الصحافة الإلكترونية، والتطورات التي أوجدها ظهور الصحف الإلكترونية.

أولاً: مفهوم التحرير الصحفي

يحدد مفهوم التحرير الصحفي من منطلق الزاوية التي يتم تناوله منها، ويمكن بيان مفهومه على النحو الآتي:

التحرير الصحفي كعملية اتصالية:

يشمل هذا المفهوم التحرير الصحفي من حيث كونه عملية اتصالية جماهيرية متكاملة ومستمرة، حيث يقوم المحرر الصحفي بجمع المعلومات الصحفية، ومعالجتها وصياغتها كرسالة، أو مضمون، أو محتوى صحفي معين: سياسي، أو اقتصادي، أو رياضي في شكل قالب صحفي مناسب، قد يكون حديثاً، أو خبراً، أو مقالاً، ثم يرسل أو يبث من خلال وسيلة اتصالية جماهيرية، هي الصحيفة إلى المستقبل أو الجمهور لتحقيق أهداف الصحيفة، ومن خلال ردود الفعل يتم تقويم الرسالة وتعديلها[1]

التحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة:

يقصد به:" عملية يومية أو أسبوعية حسب دورية صدور الصحيفة يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة

---

[1] ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، الطبعة الأولى (القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع،2004) ص2 .

لمضمون المادة الصحفية التي جمعها من مصادر مختلفة في أشكال وقوالب صحفية مناسبة، ثم يتم مراجعتها وإعادة صياغتها[1]

التحرير الصحفي كعملية فنية كتابية:

هو "أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات في إطار التصور الذهني والفكري إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي[2]

يتبين مما سبق أن التحرير الصحفي يمثل ركناً أساسياً في العمل الصحفي، وهو علم وفن، علم من حيث أنه يقوم على أسس وقواعد، وفن من حيث قدرة المحرر الصحفي على التعبير عن المادة الصحفية، ويستدل من المفاهيم السابقة أن التحرير الصحفي عملية تبدأ فور الانتهاء من الكتابة الصحفية، حيث يكتب المحرر الصحفي المادة الصحفية بالشكل الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر النص ويراجعه المحرر المسئول الذي يحرر ما كتبه، ومن هنا كان المحرر الصحفي الناجح هو الذي يكتب بلغة صحفية مناسبة وجيدة، بحيث

ثانياً: أهداف التحرير الصحفي

يهدف التحرير الصحفي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المنبثقة من دوره كعملية صحفية فنية، وخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، وأهداف عملية التحرير الصحفي هي:

1. تحقيق تناسب النص مع سياسة الصحيفة.
2. تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق أو المعلومات وتصحيحها.

---

(1) محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، الطبعة الثانية (بدون مدينة: بدون دار نشر، 2009) ص 144.

(2) ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص2.

3. جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له.

4. تبسيط وتوضيح لغة النص الصحفي.

5. توضيح معاني النص الصحفي وإحياؤها.

6. مراجعة النص الصحفي من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.

7. تعديل لهجة النص الصحفي عند الضرورة.

8. جعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة.

9. إيجاد نوع من التناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية المختلفة التي تنشرها الصحيفة.

10. تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

ثالثاً: عمليات التحرير الصحفي

يتطلب نجاح المحرر الصحفي في تحقيق أهدافه القيام بمجموعة من العمليات التحريرية ، هي:

1. التأكد من دقة بيانات النص الصحفي، ويتم ذلك عن طريق التشاور مع المحرر الصحفي أو أخصائي جهاز المعلومات بالصحيفة أو بنك المعلومات خارج الصحيفة.

2. اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.

3. إعادة صياغة النص الصحفي كاملاً لصقله لغوياً.

4. إعادة صياغة النص الصحفي لإيجاد نوع من الاتساق الأسلوبي.

5. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التي تتسم بالصعوبة أو ضعف المقروئية.

6. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التي قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام.

7. اختصار النص الصحفي ليتناسب مع المساحة المحددة.

8. استكمال النص الصحفي ببعض المعلومات والبيانات التي تكمله من ناحية المضمون، وتجعله يغطي كل جوانب الفكرة.

9. إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنصوص الرئيسية والثانوية والفرعية التي تعد عنصراً مهماً لإراحة القارئ بصرياً وفكرياً وإضافتها إن لم تكن موجودة في النص الأصلي.

10. دمج نص مع نص آخر بالنسبة للأخبار، أو عمل إشارة لنص في نهاية نص صحفي آخر.

يتبين مما سبق أن تمكن المحرر من تحقيق أهداف التحرير الصحفي يتطلب القيام بمجموعة من العمليات التحريرية، وأن هذه العمليات تبين مدى كفاءة المحرر داخل صالة التحرير الصحفي في معالجة المادة الصحفية، وهو ما يكشف عن أهمية وجود وسائل تساعد المحرر في إنجاز هذه العمليات بدقة وسرعة ومهارة.

رابعاً: تعريف الصحافة الإلكترونية

الصحافة الإلكترونية: "هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز حاسوب، وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، والصحيفة الإلكترونية أحياناً تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة".

الصحافة الإلكترونية: "هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص

والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية، حيث يشير تعبير الصحف الإلكترونية تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات المستقلة أي التي ليست لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة" .

الصحافة الإلكترونية: "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، والإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من تفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة"

مما سبق نخلص إلى أن الصحافة الإلكترونية هي نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحيفة المطبوعة، وأن الصحافة الإلكترونية ظهرت في ثورة الاتصالات والمعلومات والإنترنت، التي فرضت بدورها تحديات كبرى في استخدام وسائل وأساليب جديدة للتواصل، وجاءت الصحافة الإلكترونية تعبيراً عن إحدى صور هذا التطور.

خامساً: سمات الصحافة الإلكترونية

- السرعة والسعة الكبيرة، وإمكانية استخدام مختلف الإشارات سواء الكتابة، أو الأصوات، أو الألوان، أو الصور المتحركة والمشاهد الحية من مواقع الأحداث.

- تعتبر أداة لتنظيم المعلومات في مجال فضائي، حيث إن الثقافة المطبوعة أعطت البشرية نمطاً من أساليب عرض المعلومات مدون على

الورق، بينما تحمل الثقافة التي يعرضها المجال الفضائي إمكانيات وآفاق لا نهاية لها في عرض المعلومات.

- وأصبح بإمكان المحرر الصحفي التعامل مع الصوت والرسوم المتحركة والمشاهد المصورة، وذلك من خلال السيطرة على لوحة المفاتيح وفأرة الكمبيوتر.

- توفر تكنولوجيا الاتصال الجديدة إمكانيات الاتصال عبر الشبكات المحلية والعالمية مما اختصر الزمن والمسافات أمام الاتصال المكتوب، ومنح الكتابة مزايا متعددة، مثل: السرعة والتفاعل.

سادساً: التطورات التي أوجدها ظهور الصحف الإلكترونية

أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور تطور فني وعملي كبير في حقل الصحافة الإلكترونية، ويمكن الوقوف على هذا التطور من خلال بيان الآتي:

1. **تطور خاص بالصحفي**

"ظهر ما يسمى الصحفي "الإنترنتي"، وهو الصحفي الذي يحرر الأخبار على شبكة الإنترنت فقط، ولا يعمل أصلاً في صحيفة مطبوعة"

مواصفات الصحفي الإلكتروني:

الصحفي الإلكتروني هو الصحفي الذي يمكنه التعامل والكتابة للصحفية الإلكترونية، وظهر امتداداً للتطورات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية في الصحافة وتحرير الخبر، وامتد ليشمل صانعي الأخبار ومحرريها، ويمكن الوقوف على مواصفات الصحفي الإلكتروني على النحو الآتي :

▪ التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، وعلى وجه الخصوص برنامج الكتابة، وبرنامج الصور، الذي يستخدم لإدخال الصور على الحاسوب وإدخالها إلكترونياً إلى الصحيفة.

- التعامل مع شبكة الإنترنت بحيث يعرف الصحفي الإلكتروني كيف يبحث على الإنترنت، وكيف يتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.
- أن يكون لديه بريد إلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل، ويقتضي ذلك أن يكون مدركاً لحجم بريده الإلكتروني؛ حتى لا يحول جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.
- تتوفر لديه الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي، مثل: البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس.
- متابعة ما يتم نشره وردود الفعل والرد على ما يقتضي الرد، أو نشر الردود وفق السياسة التحريرية المعمول بها في صحيفته.

2. تطور خاص بالقارئ

اتفقت معظم الدراسات أن غالبية مستخدمي الإنترنت من الشباب مع عدم إغفال باقي الفئات، وأصبح لدى القارئ الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده إلى العديد من أصدقائه، إلى جانب توفر الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع، ونشر رده في نفس اللحظة، حيث تتيح العديد من المواقع كتابة التعليق في أسفل المقال أو الموضوع، وينشر الرد آلياً دون الخضوع لأي رقابة، وتقوم بعض المواقع بتمرير الرد أولاً على مسئول التحرير حتى لا يتم نشر شتائم أو كلام منافٍ للآداب.

وفرت المواقع الإلكترونية نشر الخبر السريع، وذلك من خلال نشر الخبر بعنوان وفقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الإطلاع على التفاصيل، وقد فتحت هذه الطريقة الباب لإرسال الرسائل الإخبارية على الهاتف الخلوي، لتقدم كخدمة إخبارية من بعض المواقع الإخبارية أو من وكالات الأنباء، وهي وسيلة تجذب الشباب كثيراً؛ لأنهم يقرأون عنوان الخبر فقط ويعرفون ما يحدث من حولهم دون الحاجة للخوض في التفاصيل.

أتاحت الصحافة الإلكترونية للقارئ الفرصة -أحياناً- لنقل الخبر عندما يشاهد مظاهرة مثلاً أو موقف معين أو يطلع على حادثة رآها وصوَّرها بكاميرته الخاصة، فيقوم بنقل ما رأى بالصور وإرساله ليبث على الإنترنت، وذلك في إشارة إلى اعتماد المواقع الإلكترونية على الهواة في نقل الأخبار وبثها بثاً حياً .

3. **تطور خاص بالخبر**

إن سرعة تناول الخبر وبثه هي أهم ما ميز التطور الذي حدث مع مواقع الإنترنت الصحفية، وتظهر ميزة هامة أخرى وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن الخبر، نظراً لإمكانية الإطلاع على الخبر في أي وقت، ويتميز النشر على المواقع الإلكترونية بإمكانية تعديل الخبر وتصحيحه في حالة وجود أي أخطاء، وإضافة روابط له لها علاقة بالموضوع.

يتميز تناول الخبر على الإنترنت بحرية أكبر من تناوله في الصحف الورقية، فلا يوجد أي رقيب يمنع أو يراجع، وحتى في حالة تدقيق الخبر، أو حجب الموقع، يتم الاستعاضة عن ذلك بوسائل بديلة لتوصيل الخبر، منها: إرساله من خلال البريد الإلكتروني، أو وضعه على المنتديات، أو بثه من خلال المجموعات البريدية (3).

يتطلب النشر على شبكة الإنترنت تحديث الخدمات الإخبارية المقدمة في مدى زمني لا يتجاوز ساعة، وذلك لمواكبة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتقتضي علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها، بحيث تتحول المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور . نخلص مما سبق إلى أن الصحافة الإلكترونية أوجدت العديد من التطورات ففي الوقت الذي طورت فيه من قدرات

الصحفي على الكتابة والتحرير بالاستفادة من الأدوات المتنوعة التي أفرزها التطور التكنولوجي، نجد أنها أتاحت للقارئ ممارسة أكثر من حاسة في نفس الوقت لاتصافها بصفات عديدة، مثل: القراءة، والمشاهدة، والاستماع.

تحرير الصحف الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال.. الاتجاهات والعلاقات المتبادلة.

تعنى الورقة البحثية في هذا المطلب بالتعرف على سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ووظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني، إلى جانب التعرف على مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي.

أولاً: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

تتميز وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا بعدة سمات ألقت بظلالها، وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة، من أبرزها:

1. **التفاعلية:**

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال اتصالية، وفيها يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل: الممارسة الثنائية، أو التبادل، أو التحكم.

2. **اللاجماهيرية :**

يقصد بها: أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

3. اللاتزامنية:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه، فمثلاً: في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجه لتواجد المستقبل للرسالة.

4. قابلية التحرك أو الحركية:

توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل: الهاتف النقال، أو هاتف السيارة أو الطائرة، أو الهاتف المدمج في ساعة اليد، أو جهاز فيديو يوضع في الجيب، أو جهاز فاكسيميلي يوضع في السيارة، أو حاسب آلي محمول مزود بطابعة.

5. قابلية التحويل:

يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، مثل التقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

6. قابلية التوصيل:

تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7. الشيوع والانتشار:

يقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفى داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية

8. الكونية:

إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة إلكترونياً، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

يتضح مما سبق وجود سمات متعددة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يستفيد منها المحرر الصحفي الإلكتروني، حيث تتفاعل المصادر من خلالها مع المشاركين، ويتبادل المعلومات، التي قد تكون عند التيقن من مصداقيتها مصدراً للمادة الصحفية، كما أن تكنولوجيا الاتصال مكنت المحرر الصحفي من إرسال الرسالة إلى المستقبل في أي وقت، وفي أماكن متنوعة، وأتاحت تلك الوسائل للمحرر الصحفي الإلكتروني نقل المعلومات التي يتلقاها إلى أطراف أخرى، وأتاحت له توصيل الأجهزة التي يستخدمها بأنواع أخرى من الأجهزة، ومما يساعد المحرر على ذلك انتشار هذه الوسائل.

ثانياً: وظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني

توجد مجموعة وظائف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، هي:

1. وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً: من بين وسائل تحقيق هذه الوظيفة الحاسبات الإلكترونية، وقواعد المعلومات، والإنترنت والتصوير الإلكتروني، والتصوير الرقمي الإلكتروني، والأقمار

الاصطناعية، والماسحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية.

2. وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً: من بين الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتحقيقها الحاسب الإلكتروني، والنشر الإلكتروني، سواء كانت تلك المعلومات مادة مقروءة، أو مصورة، أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات .

3. وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها: تستخدم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات الصحفية الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها، وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.

4. وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية: تستخدم فيها الوسائل الإلكترونية مثل: الفاكس، والأقمار الاصطناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية، وشبكات الألياف والكابل.

وظيفة عرض المواد الصحفية: تستخدم عدة وسائل لإنجازها، مثل: الحاسب الإلكتروني، والأجهزة الرقمية الشخصية.

5. وظيفة التحرير الإلكتروني: تتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة، والمعالجة، والتحرير الإلكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء، إلى جانب وجود برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الإلكترونية الأمر الذي جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج.

تعكس الوظائف السابقة مدى الدور الذي تقوم به الوسائل التي أوجدها التطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي المتنوعة، وهو ما يؤكد شمولية تلك الوسائل لجميع العمليات، من: تغطية، ونقل، ومعالجة، وتوزيع، وحفظ، واسترجاع، تظهر براعة المحرر الصحفي في القدرة على توظيف الوسائل التي جاءت نتيجة للتطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي.

ثالثاً: مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي

أسهمت استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي في تحقيق السرعة، والدقة، والمرونة، وتقليل عدد العاملين في الصحف الإلكترونية، ويمكن الوقوف على فوائد التحرير الصحفي باستخدام الوسائل والأدوات التي أوجدها التطور التكنولوجي على النحو الآتي:

1. تقليل التكلفة: يقوم المحرر الصحفي الإلكتروني بإجراء التعديلات التحريرية التي يرغب فيها على شاشة الحاسب الآلي، باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص، التي توفر إمكانية التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها.

2. الحصول على نسخة محررة نظيفة خالية من الشطب باستخدام الحاسب الآلي، بعد كل تعديل أو تغيير في المادة الصحفية، مع العلم أن المادة الصحفية المحذوفة ربما تترك في الحاسب الآلي حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة.

3. تراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما يسهل عمل المراجعين، إلى جانب تراجع احتمالات الأخطاء المتعلقة بالأسماء والأماكن والبيانات الأرشيفية، لسهولة التأكد من صحتها إلكترونياً.

4. السرعة في إنجاز العمل الناتجة عن السرعة في الجمع، والسهولة في الاستدعاء والعرض مما يتيح نتيجة أفضل لزمن التخزين خاصة للعناوين والنسخ التي تأتي متأخرة.

5. الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي، حيث إنه عند الانتهاء من الموضوع الصحفي في شكله النهائي يمكن إرسال نسخة منه في الملف الخاص بها بصورة مباشرة إلى أرشيف الصحيفة.

6. القدرة علي رصد وتتبع المواد التحريرية والصور بدءاً من لحظة ظهورها على النظام، وانتهاء بنشرها، أو نقلها للأرشيف، أو تحميلها على موقع الصحيفة الإلكترونية على الإنترنت، وتضمن عملية الرصد والتتبع عرض جميع المعلومات التفصيلية للمادة أو الصور أو الإعلانات في كل مرحلة من مراحل الإعداد والتنفيذ، ورصد جميع من تعاملوا معها وما قاموا به من إضافات أو تعديلات وأوقات التعديل

رابعاً: استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت

أصبحت شبكة الإنترنت النافذة التي يواجه من خلالها المحرر الصحفي الإلكتروني العالم على اتساعه، وغدت شبكة الإنترنت بكل المقاييس ساحة ثقافية، ووسيطاً إعلامياً جديداً، ومجالاً للرأي العام، وتعتبر خدمة الإنترنت من أحدث التطورات التكنولوجية في حقل الإعلام، وقد بدأت الكثير من الصحف بالاشتراك فيها؛ من أجل أن تشمل مطبوعاتها على الشبكة، أو الحصول على خدماتها، والاستفادة من نظم أرشفة البيانات فيها.

سبل استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت:

تتعدد سبل استفادة المحررين الصحفيين من شبكة الإنترنت، ومنها السبل الآتية:

■ الحصول على عدد كبير ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة، وبلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة.

■ الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد .

■ استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات .

■ استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية، والتعرف على أرائهم وأفكارهم، وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم المحرر الصحفي.

■ الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيف العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات، والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.

■ تطوير مهارات المحررين الصحفيين الإلكترونيين، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات، وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية، واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية .

■ استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للمحرر الصحفي، يضم موضوعاته الصحفية ومواعيده، وعناوينه الخاصة، واهتماماته، وكتبه وقراءاته، حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك .

■ الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسئولين .

- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة، مثل: أرقام الهواتف، والعناوين، والبريد الإلكتروني للمصادر الصحفية، وحفظها بطريقة تساعد المحرر الصحفي الإلكتروني على الاستفادة المثلى من البيانات المتبادلة، وتوثيقها، وتصنيفها .
- الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهارات ومعارفه المحرر الصحفي.
- تطوير المحرر الصحفي وسائل جمع المادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، حيث يمكنه عقد مؤتمرات صحفية عن بعد، والاتصال بالمصادر عبر البريد الإلكتروني، وعقد نقاشات جماعية، والاطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي، وعلى أفكار موضوعات صحفية مختلفة، والبحث عن زوايا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية .
- استخدام المحرر الصحفي الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية، مثل: التغطية باستخدام الحاسوب، التي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد ضخمة للمعلومات بشكل إلكتروني عبر جهازه الخاص، وتحليلها، والكتابة عنها .
- استخدام المحرر الصحفي البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية، وتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، والاشتراك في القوائم البريدية .
- إرسال واستقبال المحرر الصحفي المواد الصحفية من وإلى صحيفته، ومصادره من أي مكان وفي أي وقت وبدون تكلفة، مما يساعده على الاستفادة من البيانات المتبادلة وتوثيقها و تصنيفها.

تحرير الصحف الإلكترونية

تستهدف الورقة البحثية في هذا المطب التعرف على تحرير الصحف الإلكترونية، من خلال الوقوف على التحرير الصحفي الإلكتروني، ومراحل إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية، وقواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية، والاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية، إلى جانب التعرف على الكتابة للصحف الإلكترونية، ومبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني، وأدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية، ومهاراته، وضوابطه.

توجد اختلافات بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، حيث إن الصحيفة الإلكترونية حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، مما يسمح لها بمزيد من التغطية، إلى جانب أن القارئ يستطيع أن يبحث في أرشيف الصحيفة الإلكترونية عن المقالات ذات الصلة، ويمكن أن تمد القارئ بخلفية عن أحداث اليوم، إضافة إلى أنه توجد في الصحيفة الإلكترونية معلومات لا تظهر في الصحيفة المطبوعة وتكون ملائمة بشكل أكبر للمنتج الإلكتروني.

تستخدم العديد من الصحف الإلكترونية الموقع الإلكتروني لإنتاج المضمون المنشور في الصحيفة المطبوعة المرتبطة بالموقع، بينما تستفيد بعض الصحف الإلكترونية من بعض معالم الإنترنت، مثل: التحديث المتكرر، ووصلات النص الفائق المتضمنة داخل القصص الإخبارية، ومعالم الوسائط المتعددة أكثر من الصور الفوتوغرافية، ومعالم التفاعلية، مثل: عناوين البريد الإلكتروني، ومحركات البحث، إلى جانب أنه يوجد تفاوت في الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات بسبب

مستوى الانقرائية، حيث تتمتع أخبار الإنترنت برصيد أعلى للانقرائية مقارنة بمصادر الأخبار المطبوعة .

يقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية، ويعنى بالتحرير الإلكتروني:" العملية التي تتم على إحدى شاشات الحاسوب، بينما يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب .
مما سبق نخلص إلى أن المفهوم الأكثر تركيباً للتحرير الإلكتروني تتجاوز فيه المسألة الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترتبط الوصلات الطرفية أمام المحررين الموجودين في صالة التحرير بشبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيس عن العدد الصادر من الصحيفة.

أدت الظروف السابقة إلى ظهور أدوار جديدة في عمل المحرر الصحفي تتمثل في قيام المحرر بجمع المادة التي يحررها من خلال شاشات الحاسوب ولوحة المفاتيح الملحقة بها، وتنفيذ بعض الإجراءات التيبوغرافية عليها؛ مما يتطلب منه اكتساب مهارات جديدة أهمها التعامل مع الحاسبات الإلكترونية، إلى جانب معرفته بالإخراج؛ ويرجع ذلك لقيامه ببعض وظائف المخرج في تحديد أبناط وخطوط المادة الصحفية التي يقوم بجمعها وتحريرها.

وأرى أن التحرير الصحفي الإلكتروني يقصد به استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات تكنولوجية تحقق مستوى

أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة خصوصاً في حالة استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي، أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو بالإضافة، أو النقل على الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية.

مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية:

يمر إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية بعدة مراحل، وهي مبينة على النحو الآتي:

1. التخطيط

تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر الأساسية التي ستتضمنها، وتعتمد الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكون من الكاتب، والمحرر، وفريق فني يضم متخصص في الوسائط المتعددة، حيث يناط بالكاتب وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة، أما فني الوسائط المتعددة فيسند إليه تحديد شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم.

وفيما يتعلق بالمحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية فيتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها من ناحية، وربطها بالمواقع الخارجية أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية ثانية إذا تطلب الأمر.

الاعتبارات التي يجب أخذها بعين الاعتبار في هذه المرحلة:

- هل يجب ربط خلفية القصة بمواقع أو مصادر معلومات خارجية ؟

❖ هل يجب تقديم خلفية القصة أو ما يرتبط بها في صورة جدول يوضح التطور الزمني للأحداث أو استخدام شكل آخر من العناصر الجرافيكية بديلا عن المادة النصية ؟

❖ هل يجب الاستعانة بمواد ووسائط إعلامية متعددة ؟

❖ هل تتضمن القصة أسئلة النقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المستخدم ؟

❖ ما طبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة، مثل: الخرائط، أو الصور، أو الرسوم.

من يبدأ عمله في مرحلة التخطيط أولاً، المحرر الصحفي الإلكتروني، أم المصمم ، أم المتخصص في الوسائط المتعددة؟

2. جمع المعلومات

يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، هي:

❖ المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار، والتكثيف.

❖ المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.

❖ مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولا بأول.

3. تنظيم المعلومات:

تظهر أهمية تنظيم المعلومات في الصحافة الإلكترونية في ضوء استخدام الوسائط المتعددة، خاصة أن المستخدم يمكنه الرجوع إلى

المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعد هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني أن يراعي فيها ثلاثة عوامل رئيسة، هي:

- ❖ تحديد العناصر الأساسية داخل القصة التي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء.
- ❖ بناء القصة بشكل ينقل ويبرز العناصر بأكبر فعالية ممكنة.
- ❖ عرض القصة بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن.

يمكن في الصحيفة الإلكترونية تنظيم وتحديد العلاقات بين وحدات هيكل المعلومات في شكل قالب غير خطي يناسب المادة الإلكترونية.

قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية:

يمكن الوقوف على تصورين يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الإليكترونية:

التصور الأول: الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم.

قدم هذا التصور الجديد للتحرير الصحفي معهد بوينتر، وهو يشير إلى الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم باعتبارها ضرورة لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وينطلق هذا التصور من أنه كلما زادت درجة التكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة .

تعتمد الكتابة الصحفية للصحيفة الإلكترونية على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل المحرر، وفني الوسائط المتعددة، والمصمم ، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة استخدام الهايبرتكست

أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة، وتعتمد على تجميع أكثر من عمل، و ابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولاً و تكاملاً .

التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية

يقتضي هذا المفهوم من المحرر الصحفي الإلكتروني مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير، ومهارة ربط هذه العناصر، والجمع بينهما لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي .

يشتمل تحرير المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية على أكثر من بعد، هي: هيكل بناء المعلومات، وقالب تحرير المادة، وطريقة العرض، واستخدام وسائط متعددة، والفن الصحفي.

ثالثاً: الاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية

تبرز أهمية لتوعية المحررين الصحفيين بالاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية خاصة في ظل نمو تلك الصحف، ومن أبرز هذه الاعتبارات:

1ـ تحرير المادة الصحفية طبقاً مفهوم النص الفائق:

يتصل النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة".

متطلبات المعالجة التحريرية للمادة الصحفية وفقاً لمفهوم النص الفائق.

تتطلب المعالجة التحريرية للمادة الصحفية التي تعرض من خلال صحيفة الكترونية طبقاً لمفهوم النص الفائق مراعاة مجموعة من المتطلبات، يمكن الوقوف عليها على النحو الآتي:

أ- ضرورة الاعتماد على مادة معلوماتية متميزة على المستويين الكمي والكيفي، حيث إن المحرر مطالب أن يغذى موضوعه بأكبر قدر من المعلومات التي تغطى جميع جوانب الموضوع الآنية، والخلفيات المعلوماتية المتعلقة بالأشخاص والأحداث والأماكن والمفاهيم والأفكار التي وردت في الموضوع، وتكمن أهمية ذلك في أن المحرر داخل الصحيفة الالكترونية يتعامل مع نص مفتوح على مجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المرتبطة به، والتي قد تعطى تفاصيل معلوماتية إضافية، ولكنها لابد أن تكون موجودة وقائمة.

ب- إن مسئولية المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية لا تنتهي بمجرد كتابة الخبر، بل إن مسئوليته الحقيقية تبدأ عند هذا الحد، وتتمثل هذه المسئولية في تحليل الخبر لرصد مجموعة الكلمات التي يمكن أن يتعامل معها ككلمات نشطة، وقد تدل هذه الكلمات على الأماكن التي ترد في المادة الصحفية، أو على الأسماء، أو على الأشخاص، أو على أحداث تاريخية، أو على مفاهيم، أو على اتفاقيات.

أن يتعامل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مع المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الشبكة، فالصحيفة الإلكترونية توضع على شبكة الإنترنت، التي توجد عليها أعداد لا متناهية من المواقع، ومن

الممكن أن يستفيد المحرر الصحفي بصورة مباشرة عند إعداد المادة من المعلومات المتوافرة

مما سبق يتضح أن فكرة النص الفائق تعتمد على أن أي معلومة عادة ما يرتبط بها عدد آخر من المعلومات، فعندما يجري تناول معلومة جديدة يتم ربطها بمعلومات مألوفة لدى القارئ.

وأعتقد أن النص الفائق يتجه إلى التجاوب مع طريقة الإنسان في التفكير والتعامل مع أي نص يحمل معلومات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه، فيوجه النص الفائق القارئ إلى الدخول في معلومات جديدة وهو ما يتطلب من المحرر الصحفي القيام بعملية تحليل للنص.

2ـ تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة

يشير مفهوم الوسائط الفائقة إلى نظام يوفر للمحرر فرصة التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة، تشمل: النص، والصوت، والصورة، وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية، حيث إن القارئ يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد من المعلومات.

يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسائط المتعددة، حيث إن الوسائط المتعددة تعنى وجود أسطوانة مدمجة وكارت صوت وكارت فيديو على جهاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الإفادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية، والوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً من منتجاتها تصمم لكي تحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقي، وقد يوجه بعضها إلى المتلقي، بينما تقتضي الوسائط الفائقة

دائماً المشاركة من جانب المتلقي.

أوجدت هذه الخاصية تحولاً هاماً يتعلق بعمل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية، حيث إن المحرر في الصحيفة الالكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى النصوص الحرفية والصور الثابتة على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

نخلص مما سبق إلى أنه يتعين على المحرر الصحفي أن يلم بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التي يقوم بإعدادها للقارئ بالوسيط المناسب لها.

3- تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ :

تتوافر المعلومات الموجودة على الصحف الإلكترونية في وسائل الإعلام التقليدية المختلفة بشكل لا يسمح للمستخدم ببناء البيئة المعلوماتية الخاصة به إلا في حدود ضيقة، إلا أن الصحيفة الإلكترونية تتيح اختيار المواد الصحفية التي تفي باهتمامات واحتياجات المستخدم.

تعد عملية الاختيار بين المعلومات أحد أهداف المتلقي، فالمفتاح الأساسي للقارئ في الصحيفة الإلكترونية يتضح في فهرس كامل وشامل للمادة الصحفية المتضمنة بها، من هنا لابد أن يأخذ المحرر في الاعتبار ضرورة عرض موضوعاته الصحفية بأسلوب يختلف عن أسلوب العرض والتصميم الخاص بالصحف المطبوعة؛ حيث يعد

الموضوع في الصحيفة الإلكترونية هو الوحدة الأساسية في تقديم المعلومات، ولكي يتوافق المحرر مع هذه الوضعية فلابد أن يقدم معلوماته بشكل مفهرس، مع الأخذ في الاعتبار أن العناوين -هنا- إشارية مختصرة وليست دالة تفصيلية على أساس أن مستخدم الصحيفة الالكترونية يستعمل المعلومات المتوافرة عليها بشكل هادف يخضع لتفسيرات مدخل التماس المعلومات.

نستنتج مما سبق أن الصحافة الإلكترونية أتاحت سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلال تعدد الروابط والنصوص التشعبية التي تنقل القارئ من موضوع لآخر بكل سهولة، وتمكن من التعرف على خلفيات الأحداث التي تتوفر فيها، كما حققت للقارئ يسر التعرض للصحف والمواقع الإلكترونية من خلال دعم المضامين المقدمة بعدد من الوسائط المتعددة، بحيث أصبحت بيئة للعديد من الوسائط المرئية والمسموعة.

رابعاً: الكتابة للصحف الإلكترونية

تعد الكتابة للصحافة الإلكترونية مزيجاً من الكتابة للصحافة المطبوعة والكتابة للإذاعة والتلفزيون، حيث إن أسلوب الكتابة الموجزة البسيطة الذي يفضله الإذاعيون، يسهل بدوره قراءة واستيعاب الصحافة الإلكترونية، ومن الأهمية بمكان استخدام القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ومراعاة القواعد اللغوية والتهجئة، إلى جانب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يشجع القارئ على متابعة القراءة، وتتيح الصحافة الإلكترونية للقراء أن يستجيبوا للكاتب أو المحرر مباشرة عن طريق الرسائل الإلكترونية، أو عن طريق محادثة حية، إضافة إلى ما تتيحه المواقع الإلكترونية من مساحة للقراء ليعبروا عن آرائهم فيما قرأوه.

لا يمكن الحديث عن الكتابة للصحف الإلكترونية وإغفال السياسة التحريرية، التي تحدد مجموعة الإجراءات والضوابط التي تحدد ماذا يقال؟ وكيف يقال؟ .

تتعلق السياسة التحريرية بانتقاء المادة المطلوب تحريرها وطريقة تناولها، وأسلوب عرضها، ثم بثها على الموقع، وتتنوع محاور السياسة التحريرية بين مساحة التركيز والاهتمام المتعلقة بالمفاهيم، وتسليط الضوء على المساحات والقضايا، ويتم التأكيد على القضايا محور الاهتمام، والتركيز عليها، وإعطائها الأولوية للنشر، وتحديد قاموس الصياغات الخاصة الذي يتضمن الألفاظ المعتمدة، حيث إنه لكل صحيفة قاموسها المعرفي الخاص بها، ويعد هذا القاموس بصورة تراكمية، ويعتمد من قبل مجلس التحرير، والهيئة الاستشارية، ويعمم على المحررين، والعاملين في المؤسسة، كما يتم وضع جملة من السياسات والمنطلقات والضوابط التحريرية التي يتعين على إدارة الموقع تحديد مثل هذه الضوابط القيمية والفكرية والعلمية، لتحديد طبيعة المواد المنشورة على الموقع، إلى جانب وضع المعايير التحريرية في انتقاء المادة الصالحة للنشر، حيث يتوفر أمام المحرر عدد من الموضوعات والمواد الصالحة للنشر، ولكن قد تخضع هذه المواد للانتقاء وفقاً لأسباب فنية ربما تتعلق بالوقت أو بالموارد البشرية التي تقوم بمجمل العمليات المطلوبة للبث على الموقع أو لمحدودية الموارد المالية

تقتضي الصحافة الإلكترونية توفر مهارات إعلامية جديدة تتفق وخصائص الصحيفة الإلكترونية، التي تعتمد بالدرجة الأولى على الاختصار والدقة والسرعة، وهي بذلك تلتقي مع الكتابة لوكالات الأنباء، ويتطلب العمل في الصحف الإلكترونية تأهيل عالي مقارنة

بالصحافة المطبوعة، وذلك من حيث إتقان فن التعامل مع تكنولوجيا الاتصال.

تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانية استخدام الوسائط المتعددة، حيث يمكن للمحرر الصحفي التعبير عن مضمون الموضوع بأكثر من طريقة، مما يتطلب منه أن يتعلم مهارات جديدة في العمل الإلكتروني، إلى جانب الإلمام بالقوالب التحريرية الجديدة التي يستخدمها المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية والتي تختلف عن الصحيفة المطبوعة .

خامساً: التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت

أحدثت الصحافة نقلة في نوعية الصحافة، وفي سرعة تناقل الخبر، وصياغته، وشكله وطريقة تحريره، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال:

❖ التركز والاختصار: وهما سمتان تميزان التحرير الصحفي الإلكتروني.

❖ ضرورة وجود الصور الموضوعية بعيداً عن الصور الشخصية.

❖ استخدام الجمل القصيرة في الصياغة؛ لأن قارئ الإنترنت متعجل، ويريد أن ينتهي من القراءة بسرعة، ولا يوجد لديه وقت لقراءة الجمل الطويلة.

❖ طريقة عرض التفاصيل: لا تعني هذه الخاصية الاختصار والتركيز، لأن الخبر على الإنترنت يعطي تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقات بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ويتحقق ذلك على الإنترنت من خلال الروابط التي توضع أسفل الخبر، والتي يفتتحها من يرغب في الاستزادة من المعلومات.

❖ يتيح الإنترنت إمكانية وضع صورة واحدة معبرة، ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل يمكن لمن يريد أن يقوم بزيارته.

❖ إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية.

❖ يتميز التحرير على الإنترنت بوجود رد فعل سريع وفوري للقارئ يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب التعليق، وأن ينشر في ذات اللحظة أسفل الخبر أو المقال؛ مما يتيح ميزة عالية لنشر الخبر إلكترونياً.

❖ يتيح الإنترنت إمكانية عمل مقاييس لعدد القراء لكل موضوع على حدة، حيث يمكن للكاتب الصحفي أن يتعرف على اتجاهات وتفضيلات القراء، وتستفيد الصحيفة الإلكترونية من ذلك في تعديل اتجاهاتها لتتلاءم قرائها.

❖ قياس الرأي العام وتحليله في عدد من القضايا الهامة من خلال الاستطلاعات الإلكترونية التي تقوم بها الصحف الإلكترونية.

سادساً: مبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني

تبدو عملية التحرير الصحفي الإلكتروني أكثر تعقيداً من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، بحيث يتعين على المحرر الصحفي أن يأخذ في اعتباره مستويات متعددة يتعامل معها جميعاً في ذات الوقت، ومنها: تطبيقات الوسائط المتعددة، وهيكل الموضوع، وملامح التفاعلية فيه، ومراعاة بعض القيم.

توجد مجموعة من المبادئ التي تتسم بها عملية التحرير الصحفي الإلكتروني، ومنها:

1. الوضوح: وذلك استجابة لطبيعة الإنترنت القائمة على السرعة، وتعدد الخيارات، وتتأكد أهمية الوضوح في المضمون للمحرر لعدم توفر الوقت الكافي للقراء لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تتسم بالطول والتعقيد.

2. الاتساق: يقصد به أن تكون عناصر الموضوع متناسقة.

3. الدقة: يعنى بها دقة النصوص، حيث إن الأخبار الجادة والمعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت.

4. الكفاية والتناسب: بمعنى كفاية وتناسب المعلومات مع المبادئ والممارسة التحريرية.

5. التشييد: حيث يسمح للمحرر بصياغة عناصر جديدة انطلاقاً من العناصر الموجودة، مستخدماً

قدرة الحاسوب على تشييد أي وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات أو إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

نخلص مما سبق إلى أن التزام المحرر الصحفي الإلكتروني بهذه المبادئ يعزز كفاءته الصحفية التي تجمع بين السرعة، والشمول، والاتساق، والكشف عن الجديد والنقل عن المصادر الدقيقة، إضافة إلى أن هذه المبادئ ترفع درجة الثراء في المادة الصحفية، خاصة عند ربطها بمواد مرئية ومسموعة ووسائل تفاعلية.

سابعاً: أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية

1. الروابط أو الإحالات:

إن التواصل المعلوماتي في الصحافة الإلكترونية لا يكلف سوى الضغط بالفأرة على الروابط ذات الصلة للتعرف على المصادر أو المزيد من الموضوعات التي تشكل إضافة معلوماتية على مادة المقال المنشورة، وتأخذ هذه الروابط أكثر من صورة، فقد تكون:

1/1 روابط ذات صلة لله خارج الموضوعلله

تكون هذه الروابط في نهاية الموضوع على شكل "اقرأ أيضاً"، ومن مميزات هذه الطريقة: أنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته

ومتابعته للموضوع، وبعد أن يفرغ من القراءة يمكنه أن يستزيد من المعلومات، ويتعرف على موضوعات، قد تكون مصدراً للمعلومات المذكورة أو امتداداً لها.

ومن العيوب النسبية التي تؤخذ على هذا الأسلوب عدم الربط المباشر بين الموضوع المحال إليه والفقرة ذات الصلة داخل المقال أو الموضوع المقروء.

1/2 روابط ذات صلة داخل السياق:

يتم وضع الموضوعات ذات الصلة داخل سياق الموضوع وعند الفقرة التي ترتبط دلالتها بالموضوع المحال إليها، ومن العيوب التي تؤخذ على هذه الطريقة أنها تقوم بتشتيت القارئ عن الاسترسال في قراءة موضوعه متكاملاً، ليجد نفسه في كل فقرة محالاً إلى موضوع آخر، وهذا ما يجعل القارئ ينصرف في الغالب عن الاسترسال في قراءة الموضوع.

1/3 روابط بمواقع ذات صلة:

تناسب هذه الطريقة في الإحالة إلى مواقع الإنترنت التي تعد مصادر للمقال أو الموضوع المقروء، وتفيد عندما يتم الإحالة إلى مواقع متخصصة عن المجال الذي ينتمي إليه المقال المقروء، وهي تضيف مزيداً من المعلومات في ذات المجال أو التخصص الذي ينتمي إليه الموضوع المنشور.

2. إمكانية استخدام الصوت والصورة:

تتيح عملية النشر الإلكتروني إمكانية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، حيث يمكن أن يتداخل النص مع الصوت أو الصورة بحيث يكون كل منهما إضافة

للآخر، كما أن استخدام الصحيفة الإلكترونية يمكن القارئ من انتقاء المادة التي يريد التعرض لها، إلى جانب إمكانية استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها.

تأخذ عملية دمج الصوت والصورة مع النص المقروء عدداً من الأشكال منها:

2/1 طريقة الروابط الجانبية أو التحتية:

تتميز هذه الطريقة بأنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته للنص، وتترك له حرية التعامل مع الصوت والصورة في الوقت المناسب، أو الاكتفاء بالنص المكتوب، ويعيب هذه الطريقة أن النص يكون متكاملاً وكافياً في أغلب الأحوال لتحقيق الهدف من الموضوع.

2/ الصوت المتلاحم مع النص:

يتحقق ذلك من خلال النقر على الصوت في سياق النص المقروء، وتتميز هذه الطريقة بتلاحم النص مع الصوت أو الصورة المتحركة، شريطة أن يشكل الصوت أو الصورة قيمة مضافة إلى النص المقروء، ولا تكون تكراراً لمحتوى المادة المقروءة، وهذه الطريقة هي الأنسب في تغطية الندوات والمؤتمرات، حيث لا يتم نقل نصوص الكلام عن المتحدثين في الندوة أو المؤتمر، وإنما سرد أهم القضايا التي تناولها كل واحد منهم.

2/3 الصوت في خلفية النص:

يتم بموجب هذه الطريقة وضع الصوت مع النص بمجرد فتح الصفحة، ويفضل استعمال الصوت في هذه الطريقة في حالات محددة، مثل: وقوع انفجار في منطقة ما، ويفضل في هذه الطريقة أن يكون هناك مؤشر على الصفحة أسفل الصوت، بما يتيح للقارئ إغلاق الصوت

إذا رغب في ذلك؛ وذلك حتى لا يتم اقتحام خصوصية الزائرين، ويتم فرض مادة عليهم لا يرغبون فيها، وهو ما يميز الإنترنت عن الفضائيات التي تفرض عليه المادة وفقاً لجدول بثها وليس وفقاً لاحتياجات الزائر.

3. **الإحالة إلى ساحات الحوار:**

تشكل إمكانية ربط قارئ الصفحة بساحة الحوار قيمة خاصة تفتقدها وسائل الاتصال الأخرى، حيث إنه ليس كل ما ينشر محل قبول من القارئ، وينطلق ذلك من كون القارئ في الصحافة الإلكترونية تتاح له إمكانية التعبير عن رأيه بصورة سريعة، فقد يعترض القارئ على الموضوع ككل، أو على المقال، أو على المنهجية التي أعد بناء عليها الموضوع، وعليه يقوم الناشر الإلكتروني بتفعيل الموضوع وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في الموقع.

نماذج عملية الربط بساحات الحوار:

3/1 **الربط بأكثر من ساحة حوار داخل الموقع نفسه:**

تمنح هذه الطريقة أكثر من فرصة للتعبير عن قضية معينة من أكثر من زاوية، ويؤخذ عليها تشتيت القارئ بين أكثر من منتدى حول محاور تكون متقاربة.

3/2 **الربط بساحة حوار متعددة:**

تتيح هذه الطريقة للقارئ فرصة التفاعل في قضية تكون مطروحة بين زوار الموقع، ويتحقق ذلك من خلال الإحالة إلى الصفحة الرئيسة لساحة الحوار المتعددة التي تضم كافة القضايا وليس فقط القضية ذات الصلة بالموضوع محل القراءة، ويؤخذ على هذه الطريقة أنها لا تأخذ القارئ بصورة مركزة إلى الموضوع محل القراءة.

3/3عمل ساحات حوار بسيطة وغير متعددة:

تستخدم هذه الطريقة من خلال طرح قضية معينة، أو موضوعات محددة من الكاتب أو الصحيفة الإلكترونية، وإثارة التساؤلات حولها، وطرحها للتواصل والمشاركة من قبل القراء، وفي حال استخدام هذه الطريقة فإنه يتم تذييل الموضوع بساحة حوار يتم فيها وضع خانة للاسم وبيانات المشارك، وتخصيص خانة أخرى لنص المشاركة.

4. الأرشفة واستدعاء المعلومة:

تتحقق الأرشفة واستدعاء المعلومة بعدة طرق منها:

4/1 أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة:

تتم هذه الطريقة من خلال إنشاء ملفات خاصة أو صفحات خاصة حول قضية محورية ومهمة، ويتم إضافة كل الموضوعات ذات الصلة التي يتم نشرها يومياً في موقع الصحيفة الإلكترونية، والإشارة إليه من خلال بانر يوضع على الصفحة الرئيسة أو الصفحات الداخلية.

4/2 أرشفة أبواب وصفحات الصحيفة الإلكترونية حسب التخصصات المختلفة:

تعد هذه الطريقة أكثر عمومية من سابقتها، حيث يتضمن أرشيف الصحيفة الإلكترونية الموضوعات التي يتم بثها ونشرها على الباب الخاص بها، ويتم عرض هذا الأرشيف إما بصورة جانبية أو أسفل الصفحة، وتقوم بعض المواقع بوضع عدد للموضوعات في هذا الأرشيف بحيث لا تزيد عن عدد معين.

يكون البحث بطريقتين، هما: البحث المبدئي، والبحث المتقدم، حيث إن الأخير يكون بعدة طرق، منها: حقل العنوان أو النص،

وحقل نوع المادة، وحقل تصنيف الموضوع، وحقل الأبواب والصفحات المتخصصة، وحقل الكاتب، وحقل التاريخ، وحقل النطاق الجغرافي.

5. **قياس سريع لرجع الصدى:**

تعد الصحافة الإلكترونية على الإنترنت من أكثر وسائل الإعلام قدرة على التعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة، وذلك من حلال عدة طرق، منها:

5/1 **سجلات الزائرين:**

هي عبارة عن أيقونة يمكن من خلالها لأي زائر التعبير عن رأيه بصورة عامة في الموقع، ويظهر هذا الرأي على صفحات الموقع مباشرة، وتحرص الصحف الإلكترونية على تخصيص محرر يقوم بمتابعة سجل الزائرين والرد على الزوار، والتجاوب مع انتقاداتهم، وتصحيح الأخطاء إذا كانت موجودة.

5/2 **الويب ماستر:**

" هو عبارة عن بريد رئيس يمكن كل زائر أن يكتب رسالته، ويختلف عن سجل الزائرين في أن رسائل الويب ماستر لا تظهر على الموقع، ولكن يتم توزيعها فقط على فريق العمل".

5/3 **استطلاعات الرأي:**

تهدف استطلاعات الرأي إلى فتح آفاق جديدة أمام فريق العمل من المحررين؛ وذلك بغرض التعرف على زوايا الموضوع وطريقة المعالجة والانطباعات السابقة المتكونة لدى الجمهور حول هذه القضية، مما ينقل ردود فعل أكبر عدد ممكن من الزوار حولها.

6. إعادة إنتاج المادة:

يعد المحررون في الصحيفة الإلكترونية موضوعات إعلامية توضع بعد إعدادها مباشرة على الموقع الإلكتروني، إلا أنه قد تتلاحق أحداث تستدعي تغطيتها من جميع الجوانب وبسرعة، ويظهر في هذا السياق دور قسم الأرشيف الذي يتولى بدوره تجميع الموضوعات التي سبق نشرها على الموقع بخصوص ذلك الحدث، ثم يتولى صياغة الإضافات الموسعة المتعلقة بالموضوع، ويمكن للمحرر في الصحافة الإلكترونية إعداد الملفات الخاصة السريعة بأكثر من طريقة، من بينها: الملفات التجميعية، والملفات التكوينية.

7. إمكانية التعديل والتصحيح:

إن إمكانية التصحيح والتعديل في الصحافة الإلكترونية ممكنة وبدون تكلفة، ويمكن اللجوء إلى هذه الطريقة في عدة مواضع منها:

7/1 تطور الحدث:

يمكن للمحرر الصحفي أن يذكر الأرقام بصورة واضحة ومحددة، وفي حالة تطور الحدث أو تغير الأرقام الواردة فيه فإنه يتم التعديل في الخبر بما يتفق مع المعلومات الجديدة.

7/2 تعديل الأخطاء:

يسمح التحرير الصحفي الإلكتروني بتعديل الأخطاء التي يتم اكتشافها، ويتم التعرف على الأخطاء من خلال المحرر، أو إدارة التحرير، أو الزوار الذين يرسلون رسالة بريدية عاجلة للإرشاد عن بعض الأخطاء، ويراعى في عملية التصويب والتصحيح أن يتم التعديل وفقاً للإجراءات المعتادة والمراحل نفسها، بالاتفاق مع المحرر، والمدقق اللغوي.

8. تنوع أشكال العرض:

يوفر الإنترنت للصحيفة الإلكترونية وسائل وبدائل متعددة لعرض المادة الإعلامية، وتتميز هذه البدائل المطروحة بأنها قابلة للتجديد والتطوير، وإيجاد الأفكار والأشكال الجديدة، وتوجد عدة أشكال من العرض يمكن أن تستخدمها الصحيفة الإلكترونية، مثل:

8/1 بوب أب: يمثل نافذة صغيرة تأخذ أحجاماً متعددة إلا أنه يكون أصغر من صفحة الويب، وتظهر هذه النافذة على موقع الصحيفة الإلكترونية، أو على أحد صفحاتها مباشرة.

8/2 بوب أب قابل للنقر: ينقل هذا النوع إلى ملف أو صفحة على علاقة بموقع البوب أب، وتتضح مهمته في جذب الزائر إلى ملف أو صفحة، أو إحالته إلى صفحة أو ملف داخل موقع الصحيفة الإلكترونية أو موقع آخر.

8/3 بوب أب غير قابل للنقر: لا يقود هذا النوع إلى صفحات أو مواقع أخرى، ويحمل الرسالة المطلوب توصيلها إلى الزائر، وهي غالباً ما تكون إعلاناً، أو تهنئة، أو استطلاع رأي.

8/4 فلاش: يظهر الفلاش غالباً في نافذة مستقلة يتم الدخول إليها بالنقر على عنوان أو صورة، ويظهر في عدة أشكال، هي: فلاش صور، وفلاش تفاعلي، وفلاش معلوماتي.

8/5 جالري: هو عبارة عن معرض صور يظهر في نافذة مستقلة عادة ما تكون أصغر من نافذة الويب، وفيه يتحكم الزائر في عملية الانتقال من صورة إلى أخرى، ويستخدم في حالة توفر مجموعة كبيرة من الصور المهمة ذات العلاقة بحدث مهم، ويتميز بسرعة التنفيذ وسهولة العرض.

يتبين في ضوء العرض السابق تنوع أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني المستخدمة مع الصحف الإلكترونية، وقد جاء هذا التنوع وليد التطور في أساليب الممارسة، وهذا ما يفسر تحقيق التميز بين الصحف في الفضاء الإلكتروني، فعلى سبيل المثال: من الأهمية بمكان أن تقرر الصحف الإلكترونية بأي شكل من الأشكال ستقدم رسالتها الإعلامية، حتى تحدد بدقة ما الوسائط التي ستستخدمها، إلى جانب إفساح المجال للقراء للاستجابة لما تنشره، ليمكنهم الاتصال بها.

ثامناً: مهارات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت

تتيح تقنية الوسائط الفائقة للصحيفة الإلكترونية امتلاك وسائل تعبيرية أكثر من نظيرتها الورقية، ففي الوقت الذي تعتمد فيه الصحيفة الورقية على المتن والعناوين والصور الثابتة، فإن الصحيفة الإلكترونية تعتمد بالإضافة إلى ذلك على الصوت والصور المتحركة وعرض الفيديو والموسيقى وغيرها، حيث إن قارئ الصحيفة الإلكترونية يتعرض لمعلومات يتم التعبير عنها بوسائط متعددة، هي: الوسائط السمعية، والبصرية، والحركية، بما تمتلكه من مؤثرات وإمكانات تعبيرية كبيرة.

يمكن الوقوف على مهارات التحرير الصحفي من خلال بيان الآتي:

1. تنمية الحس الصحفي لدى المحرر الصحفي الإلكتروني، بحيث يتمكن من اختيار القالب المناسب للموضوع الذي سيعرضه على الموقع الإلكتروني، وقد يتطلب منه ذلك تفكيراً عميقاً، ومن الأهمية بمكان أن يفكر ويحدد المحرر الصحفي الإلكتروني مجموعة أمور، منها:

1/1مدى حاجة الموضوع إلى استخدام الصوت أو الفيديو.

1/2مدى وجود ضرورة لأن يكون النص المكتوب هو العنصر الرئيس في الموضوع ويساعده الصوت والفيديو، أو العكس.

1/3 هل من المناسب أن يعرض الموضوع في شكل فلاش معلوماتي أم فلاش تفاعلي، أم يكتفي بعرضه بصورة نصية تقليدية؟

2. امتلاك عدد من الأدوات الفنية الأساسية، ومنها:

1/2 القدرة على التعامل مع الكاميرا الرقمية منذ التقاط الصورة، وحتى نقلها إلى جهاز الحاسوب.

2/2 القدرة على التعامل مع أجهزة التسجيل الرقمية، منذ بداية التسجيل بشكل متقن وحتى نقل ملفات الصوت إلى جهاز الحاسوب.

2/3 القدرة على التعامل مع بعض البرامج الأساسية للحاسوب، واستخدام البريد الإلكتروني.

3. رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث.

4. القدرة على الكتابة، وإعادة الصياغة على الجهاز، والاستفادة من الإمكانات التي يوفرها برنامج معالجة النصوص في التعامل مع المادة الصحفية المكتوبة" المقروءة".

وأرى أن ذلك يمكن أن يتحقق من خلال التمكن من عدد من المهارات، مثل: تغطية الفعاليات من خلال التعامل مباشرة مع جهاز الحاسوب، ومراجعة المادة الصحفية وإرسالها من موقع تواجد المحرر خارج المؤسسة، والقيام بأكثر من مهمة مثل: متابعة الحدث، وكتابة المادة، والتقاط الصور، أو إرسال أخبار موجزة عبر البريد الإلكتروني، وممكن توسيع صلاحيات المحرر بحيث يسمح له بإدخال إضافات على الموقع، مثل: إضافات على الشريط المتحرك؛ وينبثق ذلك من أهمية الموضوع.

تاسعاً: ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني

يتعين على المحرر الصحفي مراعاة مجموعة من الضوابط التي تسهم في الحفاظ على العناصر الإخراجية، وتساعد على زيادة انقرائية الموضوع الصحفي، ومن هذه الضوابط:

1. التوازن في عدد كلمات العناوين، خاصة التي توضع على الصفحة الرئيسة لموقع الصحيفة الإلكترونية، والصفحات الرئيسة الداخلية، ويكون عدد الكلمات الأمثل يتراوح من 5- 6 كلمات، بحيث لا تزيد الكلمات أو تقل إلا لضرورة.
2. لا يزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن 5 كلمات، ولا يقل عن 3 كلمات، ويراعى في العنوان التمهيدي أن يكتب داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض، ولا يوضع على الصفحة الرئيسة للموقع أو الصفحات الرئيسة الداخلية.
3. إعادة صياغة العنوان الرئيسي للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسة بعد حذف العنوان التمهيدي.
4. النقطتان الرأسيتان يتم استخدامهما بعد أسماء الدول في حالة صدور تصريح رسمي من الدولة مصدر الخبر، أما إذا لم يكن التصريح أو الخبر رسمياً فيتم استعمال النقطتين المتجاورتين.
5. تحقيق التوازن في عدد كلمات المقدمة، بحيث تتراوح بين 100- 120 كلمة في الموضوع الذي يتراوح عدد كلماته من 1000 – 1200 كلمة، وفيما يتعلق بالخبر فيتراوح عدد كلمات المقدمة من 60- 70 كلمة.

6. تحقيق التوازن في عدد كلمات الموضوع أو الخبر بحيث تتراوح كلمات الموضوع من 1000- 1200 كلمة، وكلمات الخبر من 600- 800 كلمة.

7. تحقيق التوازن في عدد كلمات الفقرة الواحدة بحيث لا تكون مقتضبة مخلة بالمضمون، أو طويلة مملة، ويفضل أن تكون كلمات الفقرة في المقدمة من 35- 40 كلمة، وفي جسم الموضوع تتراوح الفقرة من 60- 100 كلمة.

8. يفضل أن يكون عدد كلمات العنوان الثانوي الواحد في حدود 3 كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة.

9. يفضل أن يكون أول عنوان ثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبل ذلك، حتى لا يلتقي بالصورة أو التعليق عليها، وحتى لا يكون قريباً من العنوان الرئيسي للموضوع.

10. يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية، ويفضل استخدام عنوان واحد بعد كل 300 كلمة في الموضوعات، وبعد كل 250 كلمة في الأخبار.

11. يراعى في تعليقات الصور ألا تزيد عن 7 كلمات في الصور العرضية، ولا تزيد عن 5 كلمات في الصور الطولية.

12. يراعى في تعليقات الصورة أن تكون ذات دلالة إضافية وليست مجرد شرح لمكونات الصورة.

(1) بسنت العقباوبي، مرجع سابق، ص 137.

الفصل الخامس

دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية

شهد آخر القرن العشرين قفزات تكنولوجية هائلة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشارها، وما صاحبها من قفزات في النشر الإلكتروني، واستخدام هذه الشبكة في البحث العلمي ونقل المعلومات، بحيث أصبحت المعلومات متاحة لاستخدام الناس في أي رقعة من الأرض مهما كانت نائية .

وأحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات - التي تفجرت في العقدين الأخيرين من القرن الميلادي الماضي - تحولات ضخمة على مستوى البحث العلمي؛ بما وفرته من سهولة في استخدام الحاسب الآلي للباحثين في العلوم، وبما أتاحته من مصادر متجددة للمعلومات، وبرامج لإدارة البيانات والمعلومات وتحليلها ، فأصبحت بذلك بمثابة مكتبة لكل باحث في أي تخصص.

وكسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات الجماهير. وأصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية.

والإنترنت هي شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جداً وغير مركزية وتربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات، ومراكز البحوث، والشركات . وتتميز الشبكة بعدم وجود جهة مركزية تديرها، أو تحكمها بشكل مباشر. كما تتميز بسرعتها الفائقة، وإتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية. والإنترنت وسيلة اتصال جماهيري حديثة لنقل الأخبار والمعلومات إلكترونياً عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية، ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وسريع .

وأسهمت شبكة الإنترنت في تعظيم الأثر الأتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوافر عليه من عناصر مقروؤة ومسموعة ومرئية بالإضافة إلى تحوّل معظم وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفاز وصحف ومجلات إلى صحافة أو إذاعة أوفضائيات تلفزيونية أو مواقع ، ألكترونية . ولعل مما يؤكد هذه الأهمية على سبيل المثال ما ذكرته الإحصاءات الحديثة في هذا المجال من أن 77 ٪ من الشعب الأمريكي أستخدموا الصحف والمواقع الإلكترونية على الإنترنت للتعرف على المستجدات حول الحرب الأمريكية على العراق[1] ، خاصة وأن هذه المواقع مثل New York Times و CNN تحدّث صفحاتها خلال فترات قصيرة جدا تتراوح بين 5- 10 دقائق . يمكن الاطلاع عليها وقراءتها ، أو الاستماع إليها ، أو مشاهدتها من خلال هذه الوسيلة ، فصارت من بين اهم الوسائل الاتصالية الحديثة .

وظهرت نتيجة تطور تقنيات الأتصال وكذلك برامج الإنترنت مواقع إلكترونية ترتبط بشكل أو بآخر بفضائيات وإذاعات إخبارية كموقع CNN و موقع العربية. نت والجزيرة. نت ، وغيرها ، وهذا الأمر استدعى الدراسة والتحليل من قبل الباحثين والدارسين الإعلاميين لمعرفة المغزى من إقامة مثل هذه الفضائيات لمثل هذه المواقع ، وقد تناول الباحث خلال هذه الدراسة موقع العربية .نت كنموذج للصحف الالكترونيةالمرتبطة بالفضائيات الاخبارية ومقدار ارتباطه العضوي والوظيفي بقناة العربية ، ومعرفة مجموعة الادوار التي يقوم بها الموقع وهل هي لخدمة اهدافه أم اهداف القناة , وكذلك المشكلات التي تحيط بعمله .

---

[1] www.nua.com/surveys

موضوع البحث :

أفضت التطورات في استخدام الكومبيوتر وتطور شبكاته المختلفة والظهور العالمي لشبكة الإنترنت ، ووصولها إلى اماكن لم يكن احد يتصور وصول وسائط اعلامية اليها ، إلى تحول الشبكة الى نظام اعلامي غير مسبوق وبخصائص لا تتمتع بها النظم الاعلامية السابقة لها .

وقد نشأت داخل النظام الذي تحمله شبكة الانترنت تطبيقات اعلامية بعضها يحمل تسميات التطبيقات التقليدية ولكن بسمات جديدة كما هو الحال بالنسبة لصحافة الانترنت التي لم تلتزم بنفس تقاليد واساليب الصحف التقليدية .

ومن هذا النوع من الصحافة الالكترونية يبرز منها ما يرتبط بالمؤسسة الاعلامية التقليدية صحيفة كانت او محطة تلفزيون او إذاعية ، وهو ما اوجد مداخل للدراسة والبحث العلمي فهذا النوع ليس فقط مجرد وسيلة اعلام لها عالمها الخاص وجمهورها بل هي امتداد لوسائل إعلامية تقليدية .

ومن جانب آخر ، فقد تطورت خلال العقد الماضي ظاهرة الفضائيات التلفزيونية في المنطقة العربية ، وكانت المحطات الاخبارية هي الاكثر انتشارا من بين هذه الفضائيات على الرغم من قلة عددها قياسا للفضائيات الترفيهية او الدينية او الرياضية او المتخصصة ، وقد انشأت الكثير من هذه الفضائيات مواقع الكترونية عبر الانترنت مرتبطة بها مثل فضائية "الجزيرة" و"العربية" وال "CNN" وغيرها.

مشكلة البحث :

نشأت مشكلة البحث لدى الباحث من خلال وجوده وعمله في قناة "العربية" الاخبارية وموقعها على شبكة الانترنت ، وتتلخص

مشكلة البحث حول الاشكالات القائمة بين الصحافة الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية العربية وبين هذه الفضتئيات نفسها. وبالتحديد موقع العربية.نت و مدى ارتباطه العضوي والوظيفي بقناة العربية وماهية الادوار التي يقوم بها لخدمة اهدافه واهداف القناة والمشكلات التي تحيط بعمله . وبشكل اكثر تحديدا في دراسة الاختلاف التفاعلي بين اسلوب القناة والموقع الالكتروني في عدد من الموضوعات التي تتناولها القناة والموقع في ذات الوقت .

أهداف البحث :

يضع الباحث مجموعة من الاهداف التي تتلخص بما يلي:

اولا : " الكشف عن " تفاصيل المواقع الصحفية والإخبارية الالكترونية التي ترتبط بالفضائيات .

ثانيا : الكشف عن الاشكال التحريرية التي تجعل من المواقع الصحفية الالكترونية المرتبطة بالصحف المطبوعة أول الأمر، ثم بقنوات التلفزيون الفضائي في مراحل لاحقة، مكملة أو مرتبطة بأداء الجهة المرتبطة بها والتي تمثل مشكلة مهنية وعلمية تتطلب الدراسة والمتابعة.

ثالثا : الكشف عن" تقنيات ألمواقع الصحفية الإخبارية والتي تمكنها من محاكاة القدرات الخاصة المرتبطة بالتلفزيون مثل الصوت والصورة المتحركة(الفلم)،

رابعا : الكشف عن عمليتي الترويج المتقاطع والاحالة المتبادلة مع قناة العربية الاخبارية و استخلاص النتائج العلمية في معرفة مدى التزام موقع "العربية .نت" بالادوار الاعلامية الواجب تحقيقها.

اهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في دراسة واحد من الحقول الاعلامية الحديثة نسبيا ، وهي الصحافة عبر الانترنت ، وتركيز الدراسة على

نموذج لهذه الصحافة يتسم اولا بكونه اخباري وثانيا بكونه مرتبط اداريا ومهنيا ووظيفيا بقناة فضائية اخبارية عربية.

ولعل نتائج البحث يمكن ان تكون منطلقا لباحثين آخرين للتعمق في دراسة الموضوع افقيا وعموديا ومقارنته بالتجارب العالمية المماثلة. فإن هذه الصحف تتوافر على عدد من السمات الأتصالية المتميزة من أبرزها سهولة تصفحها

تحديد المصطلحات :

1/ صحافة : هي المهنة الصحافية ، ومجموعة الصحف ، وهي حرفة وفن وصناعة تؤدي وظائف مختلفة أهمها الإعلام والتعليم والترفيه والإقناع والتفسير[1]

2/ صحافة الإنترنت : لم يتلبور بعد تعريف متكامل لصحافة الإنترنت حيث يطلق عليها في بعض المصادر صحيفة الوب Web Journalism ويطلق عليها ايضا الصحافة الشبكية على الخط Online Journalism وبينما تطبع الصحف التقليدية على الورق فان صحافة الإنترنت تضع مادتها علي الشبكة وسيستخدم البحث تعبير صحافة الإنترنت إلا اذا جاءت بتسمية اخرى مثل الصحافة الالكترونية او غير ذلك في احاديث لباحثين اخرين .

3/ المواقع الالكترونية : يطلق عليها بالانكليزية Web Sites ، ويتم الوصول اليها عبر محدد موقع المصدر Uniform Resource Locator URL – او عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرِض الويب ، Web browserولها انواع واشكال مختلفة وسيتخدم الباحث تعبير المواقع الالكترونية للدلالة عليها .

---

[1] الموسوعة الثقافية ، دار فرانكلين ، القاهرة 1971م ص 613 .

4/ الفضائية الاخبارية : وهي نمط من انماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للاخبار والتعليق عليها والبرامج الاخبارية ويستخدم الاقمار الصناعية للوصول الى مشاهديه ، وسيتخدم الباحث تعبير الفضائية الاخبارية و الفضائيات الاخبارية الا اذا جاءت بتسمية أخرى من قبل باحثين آخرين مثل القناة او القنوات ، التلفزيون و التلفزيونات او المحطة والمحطات .

5/ العربية نت: موقع ألكتروني يمثل وسيلة إخبارية عربية على شبكة الإنترنت العالمية تدعم الفضائية الإخبارية "العربية" ، وأطلق الموقع في يونيو عام 2004 مستفيدا من التجارب التي سبقته كمواقع : أيلاف ، والجزيرة ، وبي بي سي العربية ، وغيرها .

6/قناة "العربية" :هي قناة تنطق باللغةالعربية وتنطلق من دبي، في الإمارات العربية المتحدة. وهي" إحدى قنوات مجموعة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC. وتهتم هذه القناة بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية.تأسست في 3 مارس، 2003 قبيل إندلاع حرب الأميركية على العراق[1]

منهج البحث:

لتحقيق هدف البحث سيستخدم الباحث المنهج التحليلي الوصفي لتقويم موقع العربية نت وفقا لمحكات معيارية Evaluation Criteria تدرس كل ما يتعلق بوظيفة الموقع الاساسية .

وسائل جمع البيانات:

استخدم الباحث الوسائل التالية لجمع البيانات :

---

[1] جوهر معلومات الشرق الاوسط التجارية (موقع معلومات الكتروني).

1. **المقابلات الشخصية:**

وتضمن ذلك اجراء مقابلات مقننة وغير مقننة جرى تقويمها من قبل مجموعة من الخبراء الذين قوموها ثم جرى تعديلها إجرائيا وحسابيا كي تكون صالحة للقياس وحساب درجة الصدق الظاهري فيها بين مجموعة الخبراء

2. **الملاحظة من غير مشاركة :**

وتم ذلك من خلال قيام الباحث بالقيام بزيارات متكررة لمبنى العربية نت في مدينة دبي للإعلام في دبي جرى خلالها مراقبة عمل المحررين والفنيين والتقنيين .

حدود البحث المكانية والزمانية :

سيقوم الباحث بدراسة موقع "العربية نت" الالكتروني المرتبط بالفضائية التلفزيونية "العربية" في مقرها الكائن في مدينة دبي للإعلام ، الامارات العربية المتحدة - إمارة دبي . خلال الفترة الممتدة بين 2006/10/01 وحتى 2007/05/31 كفترة منتخبة للحصول على المعلومات المطلوبة التي تسمح بتحقيق اهداف هذه الدراسة .

بدأت خلال السنوات الأخيرة العديد من الدراسات التي عنيت بشكل عام بالصحافة الإلكترونية ولكن تبقى الدراسات التي تعنى بالأبعاد الأتصالية والإعلامية الدقيقة قليلة . ومن خلال تتبع الباحث لما تيسر من هذه الدراسات سواء من خلال الكتب المطبوعة أو مواقع الإنترنت أو حتى موقع "العربية" ذاته لاحظ ، عدم وجود دراسات تخصصت بشكل محدد بموضوع دراسته ، ولم يجد في المكتبة العربية ما يقترب من موضوع دراسته إلا بما يمكن أعتبار بعضها كمقاربات بحثية لا تقترب من الدراسة الحالية إلا من حيث الموضوعة العامة للتناول على حد اطلاع الباحث.

من هنا فإن الباحث يرى أن دراسته الموسومة : صحافة الانترنت / دراسة تحليلية للصحف الالكترونيةالمرتبطة بالفضائيات الاخبارية/" العربية. نت نموذجا" ، هي أول دراسة معنية بموضوعها تحديدا في المكتبة العربية ، وأنها ستشكل قاعدة علمية حقيقة للدارسين مستقبلا ستؤسس لمعرفة أكبر لطبيعة العلاقة بين الصحف الألكترونية والفضائيات المرتبطة بها ، كما أنها ستضيف للقائمين على هذه المواقع والفضائيات المرتبطة بها معرفة علمية أكاديمية تعينهم على تطوير الأداء وتحقيق التفاعلية بما يواكب التطور الهائل في تكنلوجيا الأعلام والأتصالات في العالم .

ويرى الباحث ضرورة الاشارة الى عدد من الدراسات التي يمكن أعتبارها كمقاربات بحثية لا تقترب من الدراسة الحالية إلا من حيث الموضوعة العامة للتناول حول موضوع الدراسة بشكله العام و لم تكن من دراسات الماجستير او الدكتوراه الدراسات السابقة

- دراسة نجوى فهمي " تجربة الصحافة الألكترونية المصرية والعربية :الواقع وآفاق المستقبل[1] 1998. تناولت الدراسة بشكل رئيسي مدى اختلاف الصحف الألكترونية عن النسخ المطبوعة من الجرائد ، ومدى الأستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الألكترونية العربية مقارنة بالصحافة الألكترونية العالمية وأبرز المشكلات الفنية التي تواجه القائمين على أصدار هذه الصحف والتصورات المطروحة للقضاء عليها . وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أبرزها :

---

[1] فهمي ،نجوى عبد السلام ، 1998، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع ، ص 203

عدم أستخدام الصحف العربية لأمكانات الوسائط المتعددة ، مع عدم سعي هذه الصحف للأستخدام الوظيفي للتقنيات ؛ حيث أكتفت الصحف العربية في أستخدامها للنص التشعبي على الربط بين الأيقونات الموجودة في صفحة الأستقبال والموضوعات المرتبطة بها دون ربط هذه الموضوعات بأرشيف الجريدة ، أو بمواقع أخرى تضيف للقارىء تفاصيل أعمق عن الحدث .

- دراسة دانيا أسماعيل "التطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي.[1]. لبنان 2004 .. وقد ركزت الدراسة على التحديات التي تواجه تطبيقات الأعلام الجديد في الوطن العربي ومن ضمن نماذج هذا الأعلام الجديد (موقع العربية.نت) وحجم مساهمته في خدمة المجتمع العربي . أما التطبيقات التي أستخدمتها الباحثة في هذه الدراسة فكانت عبارة عن تحاليل نوعية مستخلصة من مقابلات مطولة أجرتها مع الكادر الأداري لموقع العربية نت أستطلعت من خلالها النظريات المختلفة المحيطة بتكنلوجيا الأعلام الجديد والمجتمع وتأثيرات شبكة الأنترنت وتكنلوجيا الأتصال على العلاقات الأجتماعية والمجتمع المدني . وقد أستنتجت الباحثة في ختام دراستها أن العربية نت جزءا واحدا فقط مما تمثله الأخبار العربية للجماهير العربية ، ومع ذلك فإن التنوع الذي تقدمه من حيث المحتوى والتركيز ، يعتبر قيمًا جدا لتنمية سوق الأعلام في

[1] اسماعيل دانيا، من ضمن متطلبات شهادة الماجستير في الإعلام والأتصالات في برنامج العمليات الثقافية المعاصرة . كلية جولد سميث، جامعة لندن 2004

المنطقة وللتعاون مع المجموعات السابقة في المجتمع في مجال الأعلام الجديد .

- دراسة فايز عبد الله الشهري "الصحف العربية على شبكة الإنترنت"[1] للباحث 27 إصدارا إلكترونيا عربيا أنتقى منها الإصدارات الإلكترونية لجريديت الرياض والجزيرة السعوديتين كنماذج . وقد أتبعت الدراسة لتحقيق أهدافها مدخلين : مسح أساليب الممارسة الإعلامية الإلكترونية إضافة إلى مسح طبيعة تعرض الجمهور لهذه الصحف . وقد تضمنت الدراسة أستطلاعا لآراء القائمين على الصحف العربية الإلكترونية حول عمليات إنتاج هذه الصحف ، ومصادر تمويله ، ومدى الرضا عما تقدمه هذه الصحف من خدمات للجمهور .
- دراسة تحليلية مقارنة للدكتورة آمال سعد المتولي " المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية" ، هدفها تقديم نظري لظاهرة الأتصال الإلكتروني وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوسيط ، بالإضافة إلى توصيف دور القائم بالأتصال وحارس البوابة وفقا لها ، ومدى إمكانية إتاحة الفرصة للأستقلال والتنوع الثقافي والفكري ، مقابل أحادية التدفق الإعلامي ، أم أن هذه الوسائل من قبيل فكرة الطفرة أو الموضة التي تصاحب دائما ظهور أية وسيلة أتصالية حديثة قبل تعرضها للتقنين . وتوصلت الباحثة إلى نتيجتين أولها : أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس في أستقلالية إخبارية

---

(1) 6 A.Alsheheri,Fayez Abdulla :Electronic Newspaper On The Internet: A

وأن كانت إمكانات الإنترنت التي تتعامل مع الفضاء الإلكتروني المفتوح على مدار الساعة فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ إستجابة لدوافع المنافسة على جذب المتلقي مما دفع ببعض القنوات التي لا تستطيع المنافسة إلى الألتزام بما جاء في وكالات الأنباء العالمية الغربية (دون تصريف) وإعادة إنتاج ما جاء في هذه الوسائل بما يعني أستمرار التدفق الإخباري في أتجاه واحد ودون أن تكون وسيلة أخرى لعرض وجهة النظر الأخرى ، كما تميزت التغطية الإخبارية بالتلون إلى حد ما ، أما النتيجة الثانية فهي أن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وسيلة العرض تعتمد على الإيجاز وتجزئة الحقيقة وترك الإبحار والتجوال داخل الشبكة على المتلقي وفقا لحاجته . وقد أوصت الباحثة في نهاية دراستها بالبحث عن توصيف أتصالي لهذا النوع من الأتصال وتأثيره على مجتمعاتنا ، وكذلك البحث عن أطر منهجية جديدة للبحث والتحليل ، كما أوصت بضرورة التأكيد على وضع ضوابط لإقامة المواقع الإلكترونية وتحديد جهة الأصدار ومصادر التمويل والألتزام بإخلاقيات النشر كعدم تجهيل المصادر على سبيل المثال .

الفصل السادس

أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي

مما لاشك فيه أن العالم دخل مرحلة جديدة من مراحل تطوره بسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذه المرحلة بدأت في منتصف الثمانينيات، ويشمل تأثير التكنولوجيا في الثقافة معظم عناصرها وركائزها، فالتأثير غير محدود ويتعدى حدود المؤسسات والموارد الثقافية، فالقرن العشرين، الذي نعيش في أواخره من القرون التي حدث فيها تطور تكنولوجي هائل في مختلف الميادين والمجالات، نلاحظه في غزو الفضاء، والفيديو، والكمبيوتر، وأبرز ما نشاهده في عالمنا اليوم ثورة الاتصالات التي ساهمت في جعل الكرة الأرضية "قرية مصغرة" انفتحت أبواب بيوتها على بعضها البعض.

ولقد أصبح الاهتمام بوسائل الإعلام يتزايد ويأخذ أبعادا أكثر عمقاً وشمولاً وأهمية وتأثيراً وبخاصة من خلال تطور الأدوات والتقنيات الإعلامية الحديثة التي زادت من فاعلية الاتصال الجماهيري.

وباتت التكنولوجيا الاتصالية تشكل دوراً كبيراً ومؤثراً في العملية الإعلامية في العصر الحديث،من دون التكنولوجيا المستخدمة في وسائل الإعلام لا يمكن لأية مؤسسة إعلامية النجاح والوصول إلى الجمهور المراد الوصول إليه ومن ثم التأثير فيه عن طريق الرسالة الإعلامية المنوي بثها إلى هذا الجمهور.

ولم تكن الصحف بمعزل عن التقدم العلمي في المجال التكنولوجي وأيقنت أن الحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها وصناعة مادة إعلامية متميزة والعمل الجاد على تحقيق السبق الإخباري والمتابعات الإخبارية المتواصلة والتحليلات المتعمقة، كل ذلك يساعد على تفاعل القارئ مع صحيفته، ويزيد من شعبية تلك الوسيلة الإعلامية لاسيما مع تزايد الاتصال الجماهيري التفاعلي المباشر وزيادة التفاعل

المباشر المنشود مع زيادة مساحة الحرية للتعبير وتبادل الآراء ووجهات النظر والأفكار.

وحاولت الصحف الاستفادة من التطور التكنولوجي إلى أقصى درجة ممكنة بما يخدم بقائها خصوصا في ظل منافسة الصحافة الالكترونية، وكان لا بد من دراسة تلك التأثيرات التكنولوجية على الصحف، ولاستيضاح ذلك الأثر قمنا بدراسة بعنوان "أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي" لمعرفة حجم استفادة التحرير الصحفي من التطور التكنولوجي .

وتطرقت الدراسة إلى المفهوم العام للتكنولوجيا وعلاقتها بتكنولوجيا الاتصال والثورة الاتصالية والمعلوماتية التي حدثت في الصحافة وأثرت على التحرير الصحفي وأتاحت له في الوقت نفسه غزارة المعلومات وسرعة نقلها وتداولها.

واستعرضت الدراسة تحول الصحف إلى الآلية الكاملة في عملية التحرير الصحفي عن طريق إدخال الحاسبات الالكترونية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم عملية التحرير بدءا من توصيل المواد الصحفية إلى مقر الصحيفة بالاستعانة بأجهزة الفاكسيميل والهواتف النقالة والبريد الالكتروني، وفي عمليات المعالجة من تحرير النصوص والصور على شاشات الحاسبات الالكترونية، وتطور أساليب توثيق المعلومات الصحفية بوجود الأرشيف الالكتروني.

أهم الدراسات السابقة:

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، تتكشف أبعاد طبيعة التأثيرات والعلاقات بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والممارسات الصحفية ، حيث تعددت الجوانب التي ركزت عليها الدراسات الصحفية في هذا الصدد، ومن بينها :

1- سميرة محي الدين شيخاني(1999)، أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية: دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية[1] وهي رسالة دكتوراه هدفت إلى رصد أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور التغطية الصحفية في الصحافة المصرية، ورصد أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فن الكتابة الصحفية في كل من الصحف المصرية والسورية وأجرت الباحثة دراسة وصفية تحليلية مقارنة على عينة عمدية من صحيفتي الأهرام المصرية وتشرين السورية في الفترة من نوفمبر 1997 إلى أكتوبر 1998 وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها :

- توجد فوارق جوهرية في استخدامات التكنولوجيا الإتصالية في كل من الصحافة المصرية والصحافة السورية لصالح الصحافة المصرية.
- أن استخدام الصحافة المصرية للتكنولوجيا الإتصالية الحديثة أدى إلى سرعة تغطية الأحداث وتوسيع نطاق التغطية الجغرافية والتغطية التفسيرية والموضوعية وإتساع مجالات الفنون الصحفية.

2- محمود سليمان محمد الحسيني علم الدين(1984)، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية : دراسة تطبيقية على الصحافة اليومية المصرية ومتطلبات التحول إلى مرحلة تكنولوجية جديدة تستفيد من النموذج الراهن للجريدة اليومية في الولايات المتحدة الأمريكية[2].

---

[1] سميرة محي الدين شيخاني، أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1999).

[2] محمود سليمان محمد الحسيني علم الدين.،مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية ،رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1984)

وهي رسالة دكتوراه أجرى الباحث دراسة تطبيقية وصفية على عينة عشوائية منتظمة مكونة من 23 عددا من كل من صحيفتي الأهرام والجمهورية و19 عددا من صحيفة الأخبار. وتوصل إلى عدد من النتائج أبرزها:

- أن خطط التحديث التكنولوجي قد تأخرت في الصحافة المصرية حتى نهاية السبعينات.
- تستعين الصحف الثلاث بالوسائل والتقنيات التقليدية للحصول على المادة الصحفية وتوصيلها للجريدة.

3- محمد خليل الرفاعي (2002)، استخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية دراسة تطبيقية على الصحف المصرية والسورية خلال التسعينات[1]: وهي رسالة دكتوراه. أجرى الباحث دراسة وصفية تقويمية بالتطبيق على مؤسسة الأهرام ومؤسسة أخبار اليوم ومؤسسة دار البعث للصحافة والطباعة والنشر ومؤسسة الوحدة للصحافة والنشر ومؤسسة تشرين للصحافة والنشر خلال العقد الأخير من القرن العشرين، وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

- وجود ارتباط بين درجة استخدام الحاسب الآلي وعدد ساعات العمل عليه.
- وجود ارتباط بين درجة إجادة الحاسب الإلي ومدى كفاية عدد ساعات العمل عليه.

---

(1)محمد خليل الرفاعي،استخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية :دراسة تطبيقية على الصحف المصرية والسورية خلال التسعينات" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002)

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجود خطة ودراسات سوق لمعرفة الحاجة الحقيقية للمؤسسة من الحاسبات.

4- هند أحمد (2007) تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة دراسة ميدانية[1]: وهي رسالة دكتوراه أجرت الباحثة دراسة مسحية على عينة عشوائية قوامها 500 مبحوث من مستخدمي وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية من أبناء محافظتي القاهرة وأسيوط بواقع 348 مبحوث من القاهرة و152 مبحوث من أسيوط وكان عدد الذكور 252 مبحوث والإناث 248 مبحوثة..

وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج أهمها:

- الغالبية من المبحوثين يقرئون الصحف.
- تنوعت الصحف التي يقرأها المبحوثون بحيث جاءت الصحف المصرية فى المقدمة تليها الصحف المصرية المتخصصة.
- تفضل الغالبية العظمى من العينة الصحف الورقية.
- معظم مستخدمي الصحف الإلكترونية لم يعدوا حريصين على قراءة الجرائد اليومية وقت صدورها.

5- السيد بخيت(1997) ، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية : دراسة ميدانية على الصحف

[1] هند أحمد ." تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة دراسة ميدانية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007)

الإماراتية[1]: وهي رسالة دكتوراه تحدث عن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال في ممارسة الصحف لمهامها التقليدية ، وبيان طبيعة منظومة الممارسات الصحفية في صحف الدراسة ، واتجاهات الصحفيين العرب نحوها ، ومدى تبني الصحف العربية لهذه التكنولوجيا ، وتوصلت الدراسة على :

- وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها على الممارسات الصحفية في صحف الدراسة .
- وعدم تأثير تكنولوجيا الاتصال على العنصر البشري .
- أن تكنولوجيا الاتصال ساعدت الصحف على أداء الكثير من المهام الصحفية

6- أمل محمد أمين يوسف خطاب(2007) ،دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية المصرية[2]: وهي رسالة دكتوراه أجرت الباحثة دراسة تحليلية مقارنة على الأعداد الكاملة من صحف لأخبار والأهرام والوفد والأحرار في الفترة من 1 يناير 2004 حتى نهاية يناير 2007.

---

[1] السيد بخيت، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية : دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، رسالة دكتوراه منشورة ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل

[2] أمل محمد أمين يوسف خطاب." دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية المصرية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007)

- ساعد استخدام تكنولوجيا النص الفائق على تطوير المستوى التقنى للمواقع الإلكترونية الخاصة بصحف الدراسة.

- أثر استخدام التكنولوجيا في العمل إيجابيا على معدل إنجاز القائمين بالاتصال بالصحف القومية والحزبية.

7- عبد المطلب صديق (2002)، التطبيقات الفنية الحديثة في الإخراج، ودورها في تطوير التحرير الصحفي، دراسة وصفية تحليلية[1]: وهي رسالة دكتوراه هدفت إلى التعرف على التطبيقات الفنية الحديثة المستخدمة في الإخراج ودورها في تطوير عملية التحرير الصحافي، وتحديد مهام المحرر الصحافي في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بشكل يزيد من كفاءته من جانب ويسهم في تطوير العمل من جانب آخر.

9- محرز حسين غالي(2007)، "إتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو مستقبل الصحافة في مصر خلال العقد القادم (2004-2014)[2] رسالة دكتوراه، أجرى الباحث دراسة مستقبلية معيارية على العينة المتاحة من أساتذة الصحافة وقيادات الصحف القومية وقيادات الصحف الحزبية وقيادات الصحف الخاصة وبلغ قوامها 113 مفردة وحدد الباحث الإطار الزمني لدراسته في الفترة من 2004- 2014 وكذلك أجرى الدراسة على صحف:

---

(1)عبد المطلب صديق، التطبيقات الفنية الحديثة في الإخراج، ودورها في تطوير التحرير الصحفي، دراسة وصفية تحليلية،رسالة دكتوراه(الخرطوم:قسم الصحافة2002).

(2)محرز حسين غالي."إتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو مستقبل الصحافة في مصر خلال العقد القادم (2004-2014)" رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007).

الأسبوع- الجمهورية- الدستور- المصري اليوم ومجلات:الصحفيون- المصور- روزاليوسف .

وتوصل إلى السيناريوهات التالية:

- إعادة النظر في تشكيل الهيئات والتنظيمات الداخلية المسئولة عن تيسير كافة شئون العمل في المؤسسات الصحفية.
- إمكانية تطبيق نموذج PORTER القائم على فلسفة التعددية والتنوع كإستراتيجية إقتصادية بديلة.
- تطوير صناعة الصحافة التقليدية من خلال تحويل المؤسسات الصحفية من مجرد مؤسسات تصدر صحفا إلى مؤسسات منتجة للمعلومات.

4.ضرورة إلتزام الصحف بالتعبير عن المصلحة الوطنية العامة بعيدا عن التحزب أو المصالح الجزئية.

9- نوال عبد العزيز الصفتى(2001)، إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية فى ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة[1]: تحدد مجتمع البحث في المؤسسات الصحفية القومية لمقابلة العاملين بها ، واختيار الباحث جريدة الأهرام والأخبار والجمهورية كمجال لدراسة القائمين بالاتصال ،بلغ إجمالي مفردات العينة 40 مفردة ، توزعت كالتالي 15 الأهرام ، 13الأخبار ،12 الجمهورية وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

---

(1)نوال عبد العزيز الصفتى،" إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة " دراسة تقويمية نقدية. رسالة دكتوراه منشورة ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام المنشورة المجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد العاشر : يناير – مارس 2001)

- يغلب على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة التوظيف الاستهلاكي والترفيهي .
- لم تستفد الصحف المصرية من تكنولوجيا الاتصال إلا استفادة محدودة فعلى مستوى المحررين بالصحف المصرية .
- لا تزال الثقافة والاطلاع العام وإجادة اللغات من المعوقات الرئيسية فى عمل المحرر الصحفي
- يغلب على انتقاء ونشر موضوعات الصحف المصرية العشوائية والعمومية .
- تعد المصادر الرسمية الحكومية أهم مصادر معلومات الصحفي بالصحف المصرية ويتضاءل الاعتماد على الخبراء والمتخصصين .
- أكد القائمون على الاتصال على عدم وفاء المضامين التى يقدموها باحتياجات قرائهم وعجزها عن إشباع حاجاتهم .

10- سليمان صالح (2001)، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال[1]: بحثت الدراسة في تأثير تطور الوسائل الاتصالية الحديثة مثل الانترنت على مستقبل الصحافة المطبوعة ، والتوصل إلى إستراتيجية لإنقاذ الصحافة المطبوعة .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- اختفاء عدد من الصحف المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوربا الغربية ، واندماجها مع صحف أخرى .

---

[1] سليمان صالح، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العد الثالث عشر ديسمبر 2001(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة)..

- تناقص توزيع الصحف الأمريكية والأوروبية خلال فترة التسعينيات
- تناقص دخل الصحف من الإعلانات في الولايات المتحدة الأمريكية بالرغم من نمو سوق الإعلانات .
- نمو الصحافة الالكترونية والخدمات الإخبارية على الانترنت .
- كشفت الدراسة عن أن أزمة الصحافة المطبوعة لم تكن نتيجة لتطور وسائل الاتصال الحديثة فقط ، لكن أزمة الصحافة المطبوعة كانت تتصاعد منذ بداية السبعينات .
- أوضحت الدراسة أن الصحف الالكترونية بالرغم من حالة الانبهار بها ،لا تستطيع أن تشكل بديلا للصحافة المطبوعة .

11- عادل عبد الرازق ضيف(2001) "تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات في مصر"[1]: ضم مجتمع الدراسة 100 إعلامية من بينهن 50 إعلامية من المذيعات والمخرجات في الإذاعة والتليفزيون و50 إعلامية من الصحفيات في الصحف القومية مثل الأهرام والأخبار والجمهورية ، كما تم استخدام أسلوب العينة الطبقية في اختيار عينة الدراسة .

وظهر من أهم نتائج الدراسة :

- يوجد ارتباط ايجابي بين استخدام الإعلاميات لتكنولوجيا المعلومات، وبين تأثير هذه التكنولوجيا على أداء الإعلاميات لمهامهن الإعلامية .

---

[1]عادل عبد الرازق ضيف، تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات في مصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العد الثالث عشر ديسمبر 2001(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة).

- توجد فروق بين الإعلاميات في الإذاعة والتليفزيون والصحافة من حيث استخدام تكنولوجيا المعلومات في عملهن .
- أوضحت نتائج الدراسة أن الإعلاميات الأكثر سفرا للخارج هي الأكثر اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات .
- الإعلاميات الأكبر سنا أقل استخداما لتكنولوجيا المعلومات .
- أكدت الإعلاميات بوجود قيود على الاستخدام وعدم الخبرة وعدم القدرة على الامتلاك .
- تستخدم الإعلاميات تكنولوجيا المعلومات في تحسين مستوى برامجهن وموادهن وإضافة مواد جديدة والحصول على المزيد من المعلومات .
- تعد المشكلات الإدارية والأجهزة والمشكلات الشخصية هي أهم المشكلات التي تعوق الإعلاميات في أداء مهامهن في استخدام تكنولوجيا المعلومات بكفاءة .

12- جواد الدلو(2002)، الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف

المطبوعة" دراسة ميدانية[1]: هدفت الدراسة إلى التعرف على نشأة الصحافة الإلكترونية في فلسطين وإمكاناتها الفنية والبشرية، واحتمالات تأثيرها على الصحافة المطبوعة وبالتحديد في محافظات غزة، وخلصت الدراسة إلى :

---

[1] جواد الدلو، "الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة" دراسة ميدانية(غزة:قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية2002)

- أن الصحافة الإلكترونية في فلسطين تصدر بعد المطبوعة زمنياً، كما هو الحال في العديد من البلاد العربية ، وذلك خشية تأثير الأولى على الثانية .

- أن الصحافة الإلكترونية لا تزال في مراحلها الأولى من حيث الإمكانيات البشرية والتقنية، والافتقار إلى التغطية الصحفية المتجددة والقدرة على جذب المعلنين والمشتركين ، خاصة الفلسطينيين المقيمين في الخارج .

- قدرة الصحف المطبوعة على تقديم الموضوعات التفسيرية والمقالات التحليلية والنقدية أكثر من الصحف الإلكترونية .

- أن الصحيفة المطبوعة تمثل اختياراً حراً للقارئ، وتستحوذ على ثقته، كما أن قراءتها تشكل عادة وتقليدا يومياً يحرص عليه القارئ لارتباطها بنظام حياته اليومي .

الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة أثر تكنولوجيا الاتصال على تطوير وسائل الإعلام المختلفة، مما ساعد في أن تتبنى المؤسسات الإعلامية تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، وفي هذه الدراسة سيتناول الباحث أثر تكنولوجيا الاتصال على التحرير الصحفي.

وتختلف هذه الدراسة من حيث المشكلة والهدف عن الدراسات السابقة حيث أن مشكلة الدراسة تتمثل في التعرف على طبيعة العلاقة القائمة بين التطور التكنولوجي والتحرير الصحفي والتعرف على مساحات استفاد الصحفيين من الوسائل التكنولوجية .

مشكلة الدراسة :

التعرف على أثر التطور التكنولوجي على عملية التحرير الصحفي من خلال دراسة تلك التأثيرات على الصحيفة وعلى عملية التحرير الصحفي وعلى المحرر نفسه .

التساؤلات :

لقد ساهم التطور التكنولوجي في تطوير قدرات الصحافة المطبوعة في مجالات نقل الأفكار وسرعة بثها ، لكنه في نفس الوقت طرح علينا مجموعة من الأسئلة يمكن صياغتها في النقاط التالية:

1. ما هي مساحة استفادة الصحف من التطور التكنولوجي؟
2. ما هو شكل العلاقة بين التقدم التكنولوجي والتحرير الصحفي ؟
3. كيف استفاد التحرير الصحفي من التطور التكنولوجي ؟
4. ما مدى استفادة المحرر الصحفي من التطور التكنولوجي ؟
5. هل غير الحاسب الآلي من طبيعة عملية التحرير ؟ وما هي هذه التغيرات ؟
6. كيف أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي داخل الصحيفة؟
7. كيف أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي خارج الصحيفة؟
8. ما هي الآثار السلبية للتقدم التكنولوجي على التحرير الصحفي؟

أهداف الدراسة وأهدافها :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأثر الذي أحدثه التطور التكنولوجي على عملية التحرير الصحفي داخل وخارجها ،وتضع هذه الدراسة المجالات التي استفاد منها التحرير الصحفي من الوسائط التقنية ومساهمتها في سرعة انتشار الأخبار.

وثم تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأتي :

❖الوقوف على الدلالات العلمية والمعرفية للتقنيات الاتصالية الحديثة ووسائط الاتصال والمعلومات وأهم خصائصها وسماتها الصحفية .

❖التعرف على مجالات استخدام الصحافة المطبوعة لهذه التقنيات خاصة في مجال التحرير الصحفي

❖ما مدى استفادة التحرير الصحفي والمحرر نفسه من التطور التكنولوجي

نوع الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال ومجالات هذا الاستخدام وأثرها على التحرير الصحفي سلبا أو إيجابا ومحاولة الوصول إلى تحديد علمي لهذه المصطلحات ووصولا إلى محاولة استجلاء للآثار السلبية والإيجابية على السواء.

تقسيمات الدراسة :

قسم الطالب الدراسة إلى فصلين : الأول عنوانه الرئيسي الوسائط التكنولوجية وتكنولوجيا الاتصال، وتحدث هذا الفصل عن مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وسماتها ومراحل تطور وسائل الإعلام، وتأثير تطور التكنولوجيا على الاتصال الجماهيري والإعلام، كما تطرق الفصل الأول إلى الانفجار في المعلومات وتأثيره على الصحافة ، والأسس والمعايير التي يتم على ضوئها تبني الصحف للتكنولوجيا .

أما الفصل الثاني فقد كان عنوانه الرئيسي التحرير الصحفي ومساحات الاستفادة من التطور التكنولوجي ورصد هذا الفصل علاقة تكنولوجيا الاتصال بالمجال الصحفي ومساحات استفادة التحرير من

التطور التكنولوجي ، وتم عرض مساحات الاستفادة من خلال تقنيات جمع المادة الصحفية ، ونقل المادة الصحفية وتوصيلها إلى مقر الصحيفة ومعالجة المادة الصحفية ، وتأثيرات الحاسب الآلي في مجال التحرير .

كما عرض الفصل الثاني السلبيات والإشكاليات التي أوجدها التطور التكنولوجي على الصحافة .

وأخيرا تطرق الطالب في هذا الفصل إلى رصد النتائج التي وصل إليها من خلال دراسته ، كما وضع عدد من التوصيات وأخيرا قائمة المراجع التي استفاد منها.

الوسائط التكنولوجية وتكنولوجيا الاتصال

أولا : تكنولوجيا الاتصال الحديثة : المفهوم والمصطلح :

المفهوم:

تناولت الأدبيات النظرية التكنولوجيا (Techonology) على أنها مصطلح مركب من مقطعين الأول :(Techno) وهو كلمة يونانية الأصل تعني : حرفية أو صنعة أو فنا و (Logy) وهي لاحقة بمعنى علم . وهناك من اعتبر أن الجزء الأول من الكلمة مشتقا من الكلمة الانجليزية (Techniqe) بمعنى التقنية أو الأداء التطبيقي مستندين في ذلك إلى أن هناك صلة بين الكلمتين اليونانية والانجليزية من حيث الاشتقاق اللغوي ،ومن حيث المعنى فالحرفة أو الصنعة ما هي إلا تقنية أو تطبيق أدائي لفكرة معينة[1] .

---

[1]جواد الدلو، "الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة" دراسة ميدانية(غزة:قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية2002)

المصطلح:

تعرف التكنولوجيا: "أنها مجموعة من المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع [1]

وهناك تعاريف لتكنولوجيا الاتصال، تتوقف علي طبيعة الموقف منها، فبينما يؤمن البعض بمقولات الحتمية التكنولوجية Technologies Determinist ، فـان البعض الآخر يؤمن بفكرة بالليبرالية التكنولوجية، فالفريق الأول يري أن الحتمية من طبيعة التكنولوجيا، وأنه لا مفر ولا مهرب منها، وأنها مقبولة ومرغوبة في كل مجتمع، يأمل في التقدم، أما الفريق الثاني، فريق الليبرالية التكنولوجية Technological Liberal الذي يري أن التكنولوجيا ليست ضارة في حد ذاتها، وأنها لا ترث بالضرورة السوء، ولا تمثل مشكلة، ولكنها يجب أن يتم استخدامها وفقا لمعايير المسئولية الاجتماعية[2]

وتعرف تكنولوجيا الاتصال والإعلام على أنها "مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المرئية أو المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو الرسومية، وتخزينها واسترجاعها ونشرها ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها [3]

---

[1] محمود علم الدين،تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، (العربي للنشر والتوزيع) ط (1)، 1990، ص15.

[2] السيد بخيت محمد، مرجع سابق، ص15 .

[3] رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص(26)

ومن هنا يعرف البعض التكنولوجيا بعنصرين مكملين لبعضهما : العنصر المادي والعنصر الفكري[1]:

1- العنصر المادي : يشمل الآلات والمعدات وكذلك الإنشاءات الهندسية والفنية المختلفة .

2- العنصر الفكري : يضم الأسس المعرفية –التقنية والمنهجية- التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادة جاهزة .

وهذان العنصران يمتزجان ويتداخلان ويتكاملان لأن غياب أحد العنصرين يسقط إمكانية وجود الأخر بصفة منفردة.

ومن هنا أرى أنه لا يمكن أن نفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات حيث أن التكنولوجيا كما سبق تعريفها تتناول مجالات المعرفة التقنية في تناول المعلومات وتطبيقها وتفاعل مخترعاتها مع الإنسان الذي يسخرها لخدمته في الوظائف المختلفة .

وهكذا لا يمكن الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم المعلومات حيث انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال مع شبكات المعلومات .

ثانياً:سمات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة[2]:

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها

---

(1) محمود علم الدين، المرجع السابق، ص(18)

(2) رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص(33)

المختلفة مما تلقي بظلالها وتفرض تأثيراتها على الاتصال الإنساني بوسائلها الجديدة.

وأبرز هذه السمات التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة هي:

1- اللاجماهيرية : وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

2- اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها.

3- التنوع والانتشار: ويتمثل ذلك في تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التليفونية مودم في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي أو الكتابي أو البريد الالكتروني .

4- الاندماجات الإعلامية : ويقصد بها عملية الاندماجات الكبرى بين المؤسسات والشركات العاملة في مجال الإعلام والاتصال وتكنولوجياته ،والتي أفضت إلى ظهور شركات كبرى عملاقة تعمل في مجال الأنشطة الإعلامية.

5- التفاعلية: أي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة ومستقبلها ، إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من

مجرد متلق سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته .

وهناك أربعة مستويات منوعة يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الفورية[1]:

1.التفاعل بين المستخدم والمحرر : ومن أبرز الأمثلة الدالة على هذا المستوى هو خدمة البريد الالكتروني التي تتيحها الصحف.

2.التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين : ومن أبرز التطبيقات الدالة على هذا المستوى استخدم جماعة المناقشة والنشرات الالكترونية

3.أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا للمواد الصحفية وذلك حين تتاح له إمكانية النشر أو التعليق على المادة المنشورة ونشر رأيه أو أيا ما كانت الإضافة التي عرضها على الآخرين.

4.التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها .

ثالثا: مراحل تطور وسائل الإعلام[2]:

وقد ارتبطت نشأة الإعلام وتطوره بتطورات تكنولوجية على مستوى الوسائل والمستويات الأخرى كافة وقد مرت وسائل الإعلام بمرحلتين هما :

1.مرحلة وسائل الإعلام التقليدية : وهي الصحافة الورقية ،الإذاعة ، التفلزيون ....

2.مرحلة تكنولوجيا الإعلام والمعلومات المتطورة متمثلة في الانترنت كوسيلة اتصال جماهيري .

---

[1]محرز غالي،صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية) ط (1)2008، ص(96).

[2]رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص(28).

وقد حولت الحاسبات الالكترونية التي أدخلت إلى المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية الستينات وطبقت في بداية السبعينات الجرائد والمجلات إلى خلايا أولية الكترونية مبشرة بتكوين نظام اجتماعي جديد للمعلومات تساعد فيه الحاسبات الالكترونية الناشرين على استقبال المعلومات وحفظها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها أو نشرها بشكل يختلف تماما عن كل ما سبقها منذ صدور أول صحيفة[1].

وترتكز تكنولوجيا المعلومات على نظم الحاسبات ونظم الاتصالات وأهم مكوناتها ما يلي:

1- نظم الحاسبات : وتضم وسائط تخزين البيانات المختلفة ووسائل الاتصال المتعددة والنظم المدمجة .

2- تكنولوجيا البرمجيات : وتشمل تصميم برامج تشغيل الكمبيوتر والتطبيقات المختلفة مثل قواعد البيانات والمعلومات والاتصالات.

3.تكنولوجيا شبكات المعلومات :وهي تساعد على ربط الحاسبات ونظم المعلومات في أنظمة متكاملة على مستويات مختلفة.

رابعا: تأثير تطور التكنولوجيا على الاتصال الجماهيري والإعلام[2]:

1- التأثير على أعداد الجماهير المتلقية للرسالة الإعلامية التي تمثلها، وهذا التأثير إيجابي دوما حيث أنه كلما تطور العلوم والتكنولوجيا إعلاميا زاد حجم الجمهور المتلقي .

---

[1] محمود علم الدين، مرجع سابق، (95)

[2] محمد عواد، المدخل إلى الإعلام الجديد ، (القاهرة: محمود ربحي عواد) ط (1)2010، ص(12) .

2- التأثير على مستوى الدقة والجودة في المعلومات والتأثير هنا يكون سلبيا أو إيجابيا وذلك حسب بنية الإعلام في ظل التقدم التكنولوجي .

3.التأثير على الحريات ومستوى التعبير والتأثير هنا يكون سلبيا أو إيجابيا .

4- التأثير على عدد الوظائف في القطاع الإعلامي وعادة ما يكون بازدياد عكس ما يتوقع البعض بأن التكنولوجيا تحدد الوظائف في قطاع الإعلام لكن بازدياد مستوى التغطية والجمهور يزيد من الدخل والفرص .

5- تنوع مصادر الدخل للمؤسسة الإعلامية مع التقدم التكنولوجي ففي الماضي مثلا كان الكاتب يتقاضى مقابل كتابة كتاب من أحد الأمراء أما الآن فأصبح بالإمكان الحصول على دخل من عائد بيع الكتاب وكذلك الحال من خلال المحاضرات حول هذا الكتاب وربما عقد المؤلف إرشادات تدريبية أو إلى غير ذلك .

بعد هذه التأثيرات المتلاحقة في عالم التقنية الحديثة دخلت الصحافة في عصر هذا العصر ،مما اضطرها إلى أن تعدل من أساليبها التقليدية في الممارسات الصحفية وإتباع طرق حديثة فرضتها التطورات الحاصلة في المجال الصحفي .

وشهدت السنوات العشر الأخيرة من القرن الماضي تطورا مذهلا في التكنولوجيا الحديثة فأصبح بالإمكان نقل المعلومة بسرعة كبيرة وعلى أوسع نطاق محدثة بذلك ما يشبه الثورة في مجال الإعلام[1] أو كما يعرف بالانفجار في عصر المعلومات .

---

(1) أمل خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (القاهرة:دار العالم العربي) ط (1)2010، ص34.

واستطاعت تقنية المعلومات الجديدة أن ترفع الحواجز وتقرب المسافات إلى حد جعل العالم شاشة صغيرة تمتد عبر شبكة معقدة من الاتصالات وهذه التقنية قد ولدت مفاهيم جديدة لأنها قد قاربت بين البشر والأمم إلى حد التفاعل الشديد والسريع[1] .

وبموجب هذا التغيرات بدأ التغير في عمل المؤسسات الإعلامية ومن ذلك الصحافة المكتوبة التي تغير نظام عملها حسب متطلبات العصر الحالي .

خامساً: الانفجار في المعلومات وتأثيره على الصحافة:

تحولت الصحيفة (جريدة أو مجلة) إلى نظام معلوماتي الكتروني وتحول المحرر إلى معالج أو تقني أو معلوماتي وقد لجأت المؤسسات الصحفية في الدول المتقدمة إلى استخدام الحاسبات الالكترونية في تطوير عملية إنتاج الصحيفة كجزء من محاولاتها لإنقاذ الصحافة والنشر الصحفي[2].

وقد أسهمت التطورات الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الحاسب الآلي خاصة في حقبتي الستينات والسبعينات في خروج صناعة الصحافة من النمط التقليدي في الإنتاج إلى دخول عصر الثورة الرقمية والتوسع في استخدام الأنظمة الالكترونية[3].

ولقد أدت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية إلى وضع الصحافة المعاصرة أمام تحديات جديدة أتاحت لها فرصا لم يبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومة أو سرعة نقلها ،وأضحت وفرة المعلومة وتدفق

---

[1]عبد الأمير مويت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، (عمان:دار الشروق للنشر والتوزيع) ط (1) 2006، ص(53).

[2]محمود علم الدين، مرجع سابق، ص (96).

[3]محرز غالي، مرجع سابق، ص(83).

الاتصال سوف يسهم في انتشارها بشكل لم تعرفه البشرية من قبل حيث أضحت المعلومة وفيرة بشكل لا يمكن لأي متخصص أن يتابع معه ما يستجد في حقل تخصصه حيث لعبت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات دورا في[1]:

1.وفرة المعلومات في جميع المجالات وعدم إمكانية احتكارها من قبل الصحافة فقط.

2.إتاحة هذه المعلومات لمن يستطيع الوصول إليها تقنيا واقتصاديا وفنيا وثقافيا وخاصة من خلال الانترنيت والفضائيات ووكالات الأنباء .

3.إن التوسع في الاتصال وخصوصا عبر شبكات القنوات الفضائية والتلفزيونات الخطية والانترنت وربط الكمبيوتر وشاشة التلفزيون ليكون جهازا واحدا سوف يتيح فيضان الاتصال إقليما ودوليا ويعزز التنافس مع الصحافة بشكل كبير .

هذه الوفرة في المعلومات دفعت الصحافة إلى أن تعدل من وظائفها حتى تتماشى مع التطور التكنولوجي ويمكن تقسيم هذه الوظائف الجديدة إلى الآتي[2] :

1- وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية الكترونيا ومن بين وسائلها الحاسبة الالكترونية وقواعد المعلومات والانترنت والتصوير الالكتروني ..الخ.

2- وظيفة معالجة المعلومات رقميا ومن بينها الحاسبة الالكترونية والنشر الالكتروني وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة

---

[1] عبد الأمير مويت الفيصل ، مرجع سابق، ص(32).

[2] عبد الأمير مويت الفيصل ، مرجع سابق، ص(36).

أو مرسومة فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات .

3- وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها وتقوم بنوك المعلومات وشبكات ومراكز المعلومات باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم .

4- وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس والأقمار الاصطناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية ..الخ.

5- وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها أجهزة الحاسبة الالكترونية والأجهزة الرقمية الشخصية .

6- وظيفة التحرير الالكتروني وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الالكتروني وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء.

7- وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصور والمخططات .

ومن هنا يمكن رصد تأثير تكنولوجيا المعلومات على صناعة الصحف - التي أصبحت تنشر الكترونيا- من خلال ثلاثة مستويات يقدم كل منها مفهوما للنشر الالكتروني يتراوح فيه التأثير من التطوير إلى التغيير إلى الاستحداث[1]:

المستوى الأول : هو تطوير صناعة النشر المطبوع نفسها وإدخال الحاسبات الالكترونية في كل مراحل نشر الجريدة أو المجلة بحيث أطلق البعض

---

[1] محمود علم الدين، مرجع سابق، ص(95).

على صحافة السبعينات : قسم الصحافة الالكترونية ، وعلى صالة التحرير أو صالة الأخبار حجرة الأخبار الالكترونية.

المستوى الثاني: هو ابتكار أو استحداث أساليب أنظمة جديدة لإنتاج النصوص المتنية والمصورة من خلال استخدام أجهزة تعتمد بشكل أساسي على الحاسبات الالكترونية وبعض التجهيزات الأخرى.

المستوى الثالث: :هو استحداث أساليب جديدة لإنتاج النصوص المطبوعة ونشرها ، ليس من خلال الصفحة المقروءة ولكن من خلال إبراقها على شاشات تلفزيونية للمشاهد في منزله.

ولكن إن تبنى التكنولوجيا الجديدة في الصحف لا يتم بطريقة عشوائية ،ويتم وفقا لأسس ومعايير بموجبها تستطيع الصحف على أساسها أنتدخل تلك التطورات في المجال الصحفي .

سادساً :الأسس والمعايير التي يتم على ضوئها تبني الصحف للتكنولوجيا[1]:

1- تفضيل التكنولوجيا المنتجة التي تحتاج إلى العمل الإبداعي المقنع بدلا من العمل الروتيني الممل وبمعنى أخر تفضيل التكنولوجيا التي تعتمد على الإنسان في العمل بدلا من جعله غريبا عنها .

2- تفضيل التكنولوجيا المنتجة التي تكون فيها الآلات عاملا مساعدا وليست عاملا مسيطرا على حياة الإنسان.

3- مدى وفرة أو ندرة عنصري العمل ورأس المال في ضوء حجم معين للسوق.

---

[1]سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (دار الفجر للنشر والتوزيع) ط (1) 1997، ص(13).

4- مدى توافر الخبرات العلمية والتقنية والتكنولوجية القادرة على استخدام وتطوير التكنولوجيا 5.أن يستهدف تخطيط الاتصال تحقيق الفائدة القصوى من التكنولوجيا في أقل وقت ممكن بتحدي المشاكل التي يسعى المجتمع لحلها من خلال استخدام التكنولوجيا كخطوة أولى مثل تخطيط استثمارات لها أو قبول برامج المساعدة الخارجية في هذا المجال .

6- استخدام التكنولوجيا غير المكلفة وفي الوقت ذاته التي تتصل بتحقيق الأهداف المرجوة من العملية الاتصالية.

ويرى بعض خبراء الإنتاج الصحفي أن هناك بعض عدد من المبررات الهامة لإدخال التكنولوجيا الحديثة في صناعة الصحف[1] :

1- مواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام

2- مواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات

3.تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.

4- إعادة تخطيط المهام والمسئوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر.

5- مواجهة المنافسة بين التلفزيون والصحافة فإن الأجهزة السمعية والبصرية بدأت تغزو العالم الإعلامي .

من خلال ما سبق نرى أن الصحافة دخلت بقوة عالم التكنولوجيا الحديثة وتم استحداث أساليب جديدة بديلا عن الأساليب التقليدية في العمل الصحفي ،مما ألقى بظلاله على تطوير عملية التحرير الصحفي على جميع المستويات .

---

[1] سمير محمود، مرجع سابق، ص(15).

المستوى الأول : بالنسبة للصحيفة (داخليا وخارجيا) .
المستوى الثاني : بالنسبة لعملية التحرير.
المستوى الثالث : بالنسبة للمحرر نفسه .
واعتقد أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال استعمال التكنولوجيا في العمل الصحفي بدون ضوابط فانتقال أي صحيفة من التكنولوجيا التي تستخدمها حاليا إلى التكنولوجيا الحديثة لا بد أن يكون تدريجيا وبخطوات محسوبة دائما كأن تشمل خطة إحلال وتجديد الآلات وإدخال العناصر التكنولوجية الجديدة بالتوازي مع تكوين الكوادر وتدريبهم على استخدامها.

- التحرير الصحفي ومساحات الاستفادة من التطور التكنولوجي:-

بدأ العالم يأخذ منحى تطوريا أساسه العلم والمعرفة حتى القرن الواحد والعشرين الذي شهد ثورة معرفية كبير أساسها وعمادها ومادتها المعلومات لا غير حيث أصبح السلاح الذي يتيح لمن امتلكه القدرة والسيطرة على العالم لأن هذا القرن هو خلاصة مركزة لتطور التراكم العلمي والمعرفي لتاريخ البشرية[1].

كما شهدت الفترة الأخيرة ظهور مجموعة من البرامج التي يمكن أن تخدم في بعض جوانب المعالجة التحريرية للنصوص الصحفية ومن أبرزها برنامج سيبويه الذي يقوم بأداء عدة وظائف تشمل تصحيح الأخطاء النحوية وتدقيق الإملاء وفحص علامات الترقيم والإعراب والتشكيل وهو أحد الجوانب الرئيسية في علمية التحرير الصحفي خصوصا في ظل

---

[1]عبد الأمير مويت الفيصل، مرجع سابق، ص52.

ارتفاع المستوي التعليمي للقراء ورغبتهم في قراءة نصوص صحفية أكثر صحة ووضوحا من الناحية اللغوية[1]

فدخول المعلوماتية إلى غرف التحرير أثر كثيرا على صناعة الصحف وأساليب الكتابة الصحفية وإمكانية الاستفادة من الطرق السريعة للمعلومات التي تعرض بواسطة الصحافة المكتوبة لقرائها صحفاً الكترونية على شبكة الانترنت وهو ما يشكل من الناحية التقنية تقدما لأن تقنيات الوسائط المتعددة تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات والصور والبيانات المكملة للنص كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال مميزة لصحيفة بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة[2].

أولاً: علاقة تكنولوجيا الاتصال بالمجال الصحفي:

في ضوء التطورات التكنولوجيا الراهنة في مجال الاتصال عامة والصحافة خاصة، بات من الصعب التنبؤ بمحتوى وشكل صحيفة اليوم، وأصبحت التكنولوجيا المسئول الأول بل والرئيسي عن صناعة الصحافة بكافة مراحلها، وقد تعقدت هذه الصناعة لدرجة بعيدة بحيث لم تعد مجرد آليات حديثة لإنتاج وإنما مجموعة متكاملة من الأبعاد البشرية والاقتصادية والتشريعية والتقنية الفنية التي توضع في الاعتبار وتقدر لها معدلات الأرباح في ضوء تكلفة الإنتاج[3].

ولم تلغ تكنولوجيا الإعلام الجديد وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها ، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في

---

[1] محرز غالي، مرجع سابق، ص108.

[2] السيد بخيت، مرجع سابق، ص6-13.

[3] سمير محمود، مرجع سابق، ص12.

الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، وأصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، وأفادت الأخبار كأبرز محتويات وسائل الاتصال بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد مما أدى على زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي، وأثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد- خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التليفزيوني والإنترنت- على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة[1].

ولتكنولوجيا الاتصال الحديثة علاقة واضحة بالمجال الصحفي، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات، وسرعة جمعها ،وطرق معالجاتها، ووسائل إنتاجها، وسبل انتقالها وتوزيعها، وتضاعفت القدرة علي تخزينها واسترجاعها، واستقبالها، وعرضها ،وحفظها، وتوظيفها[2].

تأسيسا على ذلك يتضح لنا شكل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والعمل الصحفي فقد استفاد التحرير الصحفي على وجه الخصوص من التكنولوجيا بصورة كبيرة أدت إلى تطور كبير في أدائه مما ساهم في قدرة التحرير الصحفي على الوصول للجماهير بصورة أجود وأسرع من السابق.

---

(1) سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص435.

(2) نفسه، ص440.

واعتقد أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والتحرير الصحفي هي علاقة طردية أي كلما زاد التطور التكنولوجي زادت مساحة استفادة التحرير الصحفي ،فقد أسهمت الثورة التكنولوجية الحديثة التي شهدتها أنظمة المعلومات والاتصالات، بشكل كبير في زعزعة المفاهيم التقليدية للمجال الصحفي، وأوجدت مساحة كبيرة من الاستفادة .

ثانياً: مساحات استفادة التحرير من التطور التكنولوجي :

تطورت عمليات التحرير الصحفي مرحليا باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة القائمة على تقنيات متطورة فاعلة يسرت عملية نقل وجمع المعلومات والكتابة الصحفية وغيرها ولم تعد المسافة والمكان عائقين في عملية الاتصال والتواصل كما أن هذه التقنيات يسرت عملية تخزين البيانات وبثها واختصرت كثيرا من الوقت المطلوب في عمليات التحرير الصحفي على النحو التالي:

1- تقنيات جمع المادة الصحفية: تطورت عملية جمع المعلومات بالنسبة للصحفي من الاتصال اللفظي، إلى البريد والحمام الزاجل، حتى أنظمة التلغراف وأنظمة الهاتف والفاكسيميلي، حتى وصلنا الآن إلى توظيف أنظمة اتصالات الحاسب الإلكتروني: المتمثلة في نهاية طرفية للحاسب الإلكتروني، يحملها المحرر معه في ميدان العمل، مكان التغطية الإخبارية ويرسل منها عن طريق ربطها بخط هاتفي ومعدل (Modem) إلى مقر الصحيفة[1]

---

[1]محرز غالي، مرجع سابق، ص(86).

- ويمكن رصد التحولات التي شهدتها طرق جمع المعلومات الصحفية من المصادر المتعددة بفضل استخدام تكنولوجيا الاتصال على النحو التالي[1] :

أ- الحصول على المعلومات الصحفية من وكالات الأنباء: حيث تعتبر وكالات الأنباء من المصادر المهمة للمؤسسات الصحفية والتي تمدها بالأنباء والمعلومات فضلا عن الصور التي ترسلها عن بعد وبفضل التطور في التكنولوجيا تطورت طرق الحصول على خدمات وكالات الأنباء التي أصبحت تقدم خدماتها لمشتركيها من خلال الشبكات والتي تبث عبر الأقمار الصناعية .

ب- الصحف والمجلات الوطنية والأجنبية : وهي تمثل مصدرا مهما للأخبار وبالنسبة للمحرر الصحفي خاصة فيما يتعلق بالتعليقات الخبرية حول الأحداث والقضايا الوطنية والعالمية بالإضافة إلى التقارير الدولية والتغطية التحليلية للأحداث .

جـ- الأرشيف (قسم المعلومات):ويستطيع المحرر من خلال الوصلة الطرفية الموجود أمامه أو الحاسب الشخصي المتصلة بشبكة محلية أن يفتح خطا مع الأرشيف للحصول على المعلومات التي تساعده في إعداد وتحرير المادة الصحفية بدرجة كبيرة من السهولة والسرعة والكفاءة كما يمكن للمحرر الاتصال بالأرشيف دون التواجد في مقر الصحيفة في حالة ما إذا كان حاسبه الشخصي متصلا مع الصحيفة .

د- أجهزة الاستماع السياسي : تحصل الصحف على الاخبار من الإذاعات ومحطات التلفزيون المحلية والإقليمية والعالمية من خلال قسم

---

[1] أمل خطاب، مرجع سابق، ص68.

الاستماع السياسي في الصحف والذي يضم مجموعة من الكبائن المزودة بأجهزة استقبال إذاعية وتلفزيونات وأجهزة تسجيل دقيقة .

هـ- المصادر الالكترونية : أدت ظاهرة تفجير المعلومات المتزامنة مع ثورة تكنولوجيا الاتصال إلى ظهور وسائل اتصال جديدة في عقد التسعينات وذلك لتسهيل الاقتراب من مصادر المعلومات وسهولة استرجاعها ومن بين هذه الوسائل[1]:

- التليتكست : وهو نظام لنقل المعلومات في اتجاه واحد عبر إشارات تلفزيونية أو إشارات (FM) والكيبل ، لتعرض مكتوبة على شاشة تلفزيونية معدة لذلك ومتصلة بجهاز فك الشفرة ،وتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص ويستطيع المحرر استحضار صفحة الفهارس على الشاشة حيث تظهر أمامه صفحة العناوين الرئيسية مثل الطقس ، أخر النتائج الرياضية ، الأخبار السياسية ..إلخ.

- الفيديوتكس السلكي : وهو نظام تفاعلي يستخدم عارضا للصور غالباً ما يكون جهاز الحاسب الآلي ، ويستطيع المحرر الصحفي المشترك في خدمة الفيديوتكس الاتصال المباشر بالحاسب المركزي الذي يحتوي عن طريق شبكة الهاتف أو شبكة الكابلات ويستجيب الحاسب فورا لما يطلبه المحرر من معلومات ويرسلها على جهاز استقباله.

2. نقل المادة الصحفية وتوصيلها إلى مقر الصحيفة[2]:

وقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين طفرة هائلة نتيجة التطور

---

[1] أمل خطاب، مرجع سابق، ص72.

[2] نفسه ، ص75 .

العلمي في التكنولوجيا المستخدمة في البنية التحتية لأنظمة الاتصالات والتي تتمثل في ثلاث طبقات :

- الطبقة الأساسية للاتصالات: والتي تتمثل في التليفونات وشبكة الكوابل التقليدية والكوابل الضوئية وشبكة الاتصالات اللاسلكية وأنظمة الاتصالات المعتمدة على الأقمار الصناعية.

- الطبقة الثانية: والتي تتمثل في برامج الاتصالات الخاصة بعمل الأنظمة التكاملية القائمة على تكنولوجيا الحاسبات الآلية والأجهزة المتصلة بها متمثلة في الأشرطة المغناطيسية والأقراص المرنة والصلبة والضوئية الأمر الذي ساعد في التزايد المذهل في نقل المعلومات وتبادلها.

- الطبقة الثالثة: والتي تصبح قائمة عندما يكتمل بناء الطبقتين الأولى والثانية حيث يصبح لدى الدولة البنية التحتية لتداول المعلومات الضوئية والرقمية والصور والتي تسمح بتداول المعلومات بأقصى سرعة ممكنة مع السماح بتبادل الخدمات المتكاملة لجميع الكيانات المعنية بالأمر بداية من مستوى الفرد والمنشأة الخاصة إلى الجهات الحكومية والدولة .

وهناك العديد من المعدات التكنولوجية التي أفرزتها ثورة الاتصالات واستفادت منها الوسائل الإعلامية عامة والصحافة خاصة في تطوير عملية نقل المعلومات والبيانات وأبرزها[1] :

أ- الهاتف : الذي يعتبر من أقدم وسائل الاتصال الالكتروني المستخدمة في العمل الصحفي حيث يستطيع المحرر إرسال المعلومات المنطوقة إلى مقر الصحيفة عن طريق نظام التبادل، كما يمكن للمحرر إرسال موضوعه جاهزا للنشر من خلال التليفون الذكي المزود بلوحة مفاتيح

---

(1) أمل خطاب، مرجع سابق، ص76.

كاملة للتراسل النصي وبعض البرامج والتطبيقات كمعالج الكلمات والجداول الالكترونية .

ب- التلكس: وهو أكثر المعدات شيوعا في الصحف ويمكن المحرر الصحفي أو المراسل أو المندوب الموجود على مسرح الحدث إرسال المعلومات التي قام بجمعها عن طريق خطوط التلكس التي تغطي اليوم العالم بكامله .

ج- التليتكست : وهي خدمة غير مركزية يستطيع المحرر الصحفي أو المندوب أو المراسل من خلال كتابة الرسائل المعلوماتية وإرسالها عبر منافذ طرفية معيارية تربط المراسل والمستقبل ذات نظام موحد للترميز .

د- ماكينة نقل المستندات عن بعد (الفاكسميلي): وفيه يستطيع الصحفي إرسال المواد الطباعية من الصور الفوتغرافية أو الرسوم والخرائط والنصوص المكتوبة بخط اليد أو الآلة الكاتبة بواسطة خطوط الهاتف حيث يتم استقبال الوثيقة الأصلية من الطرف المستقبل في الصحيفة في سرعة عالية .

هـ- التلي فوتو : هو جهاز اتوماتيكي لنقل الصور ضمن نظام متكامل يستخدم طريقة البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية ويستقبل الصور الكترونيا دون تدخل العنصر البشري .

و- الحاسبات الآلية المحمولة : أصبحت الحاسبات الآلية المحمولة أساس الأدوات الوظيفية للصحفي في الوقت الحالي لما لها من خصائص متطورة فيستطيع المحرر حملها في أماكن عديدة غير المكاتب لإرسال مادته إلى موقع الصحيفة عن طريق الانترنت .

وهناك طرق عديدة يستطيع الصحفي إرسال مادته باستخدام الحاسب المحمول وهي [1]:

- نقل المادة الصحفية من حاسبة المحمول إلى الحاسوب المركزي في مقر الصحيفة وذلك باستخدام المودم في حالة ما إذا كانت الأجهزة متصلة بشبكة متسعة(WAM) تمتد إلى خارج الصحيفة .
- نقل المادة الصحفية باستخدام البريد الالكتروني (الاميل) عبر الشبكة العالمية عن طريق خطوط الهاتف ويتم ذلك بسرعة عالية .

3.معالجة المادة الصحفية [2]:

عملية معالجة المادة الصحفية أو تحريرها هي العملية التي تبدأ فور جمع المادة وكتابتها ومع اتجاه العمل الصحفي بشكل سريع ومتزايد نحو الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال أصبحت هذه العملية تتم آليا على إحدى شاشات الحاسب الآلي ضمن أنظمة النشر المكتبي داخل مقر الصحيفة فيما يعرف بالتحرير الالكتروني والذي يتم في إطار أنظمة شبكية .

ومن هنا تبرز أهمية الحاسب الآلي (الكمبيوتر) في الصحافة حيث يلعب دورا مهما في تطوير الاستخدامات الصحفية للتكنولوجيا.

ثالثاً : تأثير الحاسب الآلي على عملية التحرير الصحفي :

و يمكن افتراض وجود ثلاثة رؤى أساسية لاستخدام الحاسبات في مجال تحرير الصحف المطبوعة ، تعالج كل رؤية منها أحد الجوانب أو

---

[1] أمل خطاب، نفسه، ص80.

[2] أمل خطاب، مرجع سابق، ص81.

الوظائف الأساسية في مجال التحرير، وتتمثل هذه الرؤى الثلاث في[1]

أ- رؤية تنظر إلى الحاسب كجهاز Hardware يستخدم في إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ، ويتعلق بهذه الرؤية استخدام الحاسب في مجال التحرير الالكتروني .

ب- رؤية تنظر إلى الحاسب كوسيلة اتصال شبكية Telecommunication Network قادرة على الوصول إلى مصادر معلومات شديدة التنوع على المستويين الكمي والكيفي ، ويتعلق بهذه الرؤية استخدام الحاسب في دعم التغطية الصحفية للمادة عند القيام بتحريرها .

ج- رؤية تنظر إلى الحاسب كبرامج Software جاهزة Packages وخبيرة Expert System قادرة على أداء العديد من الوظائف التحريرية الذهنية التي يقوم بها المحرر ، ويتعلق بهذه الرؤية استخدام برامج الحاسب في تحرير المادة الصحفية المطبوعة بالنيابة عن المحرر ذاته .

وفيما يلي شرح لتأثيرات تكنولوجيا الحاسب الآلي في مجال التحرير الصحفي في إطار الرؤى الثلاث السابقة :

1- استخدام الحاسب في مجال التحرير الالكتروني[2]:

بدخول الحاسب الآلي في مجال التحرير الصحفي انتقلت تلك العملية من التحرير بالطريقة التقليدية القديمة بالكتابة على الورق إلى الكتابة بشكل الكتروني ففي حالة رغبة المحرر في إجراء أية تعديلات على

---

[1]محمود فهي خليل، الاتجاهات الحديثة في استخدام الحاسب الآلي في التحرير الصحفي المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد السادس،أكتوبر ديسمبر 1999(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة) ص 178

[2]محمود فهمي خليل، المرجع نفسه، ص 178-186.

المادة الصحفية فمن الممكن أن يقوم بذلك بسهولة من خلال استخدام لوحة المفاتيح الملحقة بشاشة العرض المرئي ، وبالتالي فإن عملية التحرير هنا تعنى القيام بواحد أو أكثر من الإجراءات التالية :

- إضافة معلومات جديدة على المادة الموجودة بالملف .
- حذف بعض المعلومات الموجودة بالملف .
- نقل بعض المعلومات من مكان إلى آخر بالملف .

كما أصبح هناك وصلات طرفية موجودة أمام المحررين بصالة التحرير ترتبط بشبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي،ومن خلال الاعتماد على هذا النظام الشبكي الذي يعمل ضمن أنظمة النشر المكتبي يستطيع المحرر القيام الإجراءات التالية[1]:

- كتابة المادة الصحفية بنفسه عن طريق استخدام لوحة المفاتيح أو استخدام ميكروفون يدخل من خلاله النص على شكل رسالة صوتية ثم إجراء التعديلات عليها .
- إجراء مراجعة لغوية على المادة الصحفية بعد كتابتها لتصويب ما بها من أخطاء باستخدام برامج المدققات الإملائية واللغوية .
- إضافة معلومات جديدة على المادة الموجودة في الملف أو حذف بعض المعلومات أو تغيير ترتيب فقرات .
- تعزيز النص الأصلي بالصور الفوتغرافية أو الرسوم التعبيرية أو التوضيحية إذا ما احتاج الأمر وذلك عن طريق استدعاء الصور من ذاكرة الحاسب الالكتروني.

---

(1)أمل خطاب، مرجع سابق، ص82 .

- التأكد من صحة الحقائق والأرقام والتواريخ الوثائقية التي يتضمنها النص الصحفي وكذلك التأكد من صحة البيانات للأشخاص والأماكن عن طريق الاتصال الشبكي بأرشيف الصحيفة الالكتروني .

- يستطيع نظام التحرير الالكتروني الشبكي أن ينبه المحرر المسئول عن إعادة التحرير إلى المواد الأخرى المتشابهة والمرسلة من عدة مصادر والتي كتبت بنفس الطريقة .

- وهناك فوائد لاستخدام التحرير الالكتروني القائم على تكنولوجيا الحاسبات والشبكات ضمن أنظمة النشر الالكتروني[1]:

أ- تقليل التكلفة : فالمحرر أو الكاتب يقوم مقام جامع النصوص على الآلة الكاتبة حيث يقوم بإدخال موضوعه الصحفي بنفسه في النظام الالكتروني .

ب- الحصول على نسخة محرر نظيفة خالية من الشطب الذي يتم آليا بعد كل تغير .

ج- انخفاض احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما سهل عمل المراجعين .

د- السرعة في إنجاز العمل نتيجة السرعة في الجمع والسهولة في الاستدعاء والعرض .

هـ- الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي فبمجرد أن توضع المادة الصحفية بشكلها النهائي يمكن أن ترسل نسخة من الملف الخاص بها بشكل مباشر إلى أرشيف الصحيفة .

---

[1] أمل خطاب، نفسه، ص84.

2ـ استخدام الحاسب في دعم التغطية الصحفية أثناء تحرير المادة الصحفية[1] :

وقد أثرت هذه التكنولوجيا على عملية التغطية الصحفية خصوصاً وأن المكتبة الالكترونية تتميز بالسرعة والشمول والتنوع ، كما أنها تشكل تحولاً شديد الدلالة فى البنية التحتية للمعلومات الصحفية حيث توفر للصحيفة إمكانية أن تبيع مواد صحفية من المكتبة الالكترونية الخاصة بها . وقد تم إدخال فكرة الملف الالكتروني Electronic File بحيث يتم التوائم بشكل مناسب مع فكرة التحرير الالكتروني حيث يتم تخزين المادة الصحفية بعد إعدادها على شاشة العرض المرئي في الملفات التي تتولى أرشفتها الكترونياً لكي تكون ميسرة للاستخدام في المستقبل

3ـ استخدام البرامج الخبيرة في تحرير المواد الصحفية المطبوعة[2]:

يستفيد محررو اليوم من العديد من البرامج التي تخدم عملهم عند التعامل مع مادة صحفية معينة . وقد أصبحت معظم برامج معالجات النصوص التي تستخدم في أنظمة التحرير الالكتروني وكذلك برامج النشر التي تستخدم في مجال تصميم صفحات الجرائد والمجلات مزودة بقائمة خاصة بالدعم اللغوي لكاتب المادة الصحفية يمكن من خلالها إجراء العديد من التصويبات على المادة ، بل وقبل ذلك تنبيه المحرر إلى الأخطاء التي يقع فيها أثناء الكتابة بشكل مباشر .

وتعتمد البرامج التي تخدم أهداف المحرر في صياغة المادة الصحفية في أغلب الأحيان على مداخل لغوية ، فالبرامج الخاصة بالتصحيح الهجائي للكلمات التي تتكون منها المادة تعتمد على قاموس

---

[1] المجلة العربية لبحوث الإعلام، مرجع سابق، ص184.

[2] المجلة العربية لبحوث الإعلام، مرجع سابق، ص184.

لغوى ثابت ملحق بها وعند تشغيل البرنامج فإنه يقوم بنوع من المضاهاة بين المفردات بالمادة والمفردات التي يتضمنها القاموس فإذا وجد نوع من التضارب بين مفردة معينة بالمادة الصحفية وبين أقرب المفردات لها داخل القاموس (طبقاً لقواعد الاشتقاق في اللغة العربية) فإنه يقوم بإعطاء تعليمات بوجود خطأ في هذه الكلمة ، ويعطى قائمة تحتوى على أقرب هذه المفردات للمفردة الخاطئة كاقتراحات للتصويب يختار من بينها المستخدم الكلمة الصائبة والمعبرة داخل النص .

فالبنية اللغوية هي مفتاح التعامل الموضوعي مع النص الصحفي حيث تمثل اللغة الحامل الموضوعي لمضمون المادة الصحفية ، كما تمثل أداة نقل هذا المضمون إلى القارئ ، بمعنى أنه من الممكن تصور البنية اللغوية كحلقة وصل بين المضمون والقارئ . كذلك فإن العديد من الوظائف التحريرية التي يؤديها المحرر الصحفي على المادة الصحفية هي وظائف لغوية في الأساس ، وبالتالي فإن المرتكز الأولّى الذي يمكن أن يستند إليه خبراء التحرير الصحفي في خلق الأنظمة الخبيرة Expert System في عملهم هو مرتكز لغوى في الأساس.

وتواجه عملية إنشاء أنظمة خبيرة في مجال التحرير الصحفي بالصحف العربية بمشكلتين أساسيتين[1] :

أ - المشاكل الخاصة بضرورة تحليل النصوص الصحفية بأنواعها المختلفة لكشف مجموعة القوانين الشاملة التي تحكم صياغتها ، وخصوصاً على المستوى اللغوي والأسلوبي ، على أساس أن عملية التحرير الصحفي تتم في إطار معطيات لغويــة وأسلوبية في الأساس .

---

[1] المجلة العربية لبحوث الإعلام ، مرجع سابق، ص188

فتحليل النظام System Analysis خطوة أساسية في عملية إعداد البرنامج الخاص بالتحرير الصحفي .

وتعتمد كفاءة البرنامج المنتج في هذه الحالة على درجة كفاءة التحليل وشموليته ، والقدرة على بلورته في مجموعة من الخطوات المنهجية الدقيقة ، الأمر الذي ييسّر صياغتها في شكل برنامج ناجح بإحدى لغات الحاسب الآلي . والمشكلة التي تبرز في هذا الصدد تتمثل في ندرة الدراسات العلمية التي تقوم بتحليل النص الصحفي تحريرياً كنظام بهدف كشف القوانين اللغوية والأسلوبية التي تحكمه والتفاوتات التي تبرز في هذا الإطار ما بين مدرسة صحفية وأخرى ، وفن صحفي وآخر ، وفترة صحفية وأخرى ، وكاتب صحفي وآخر.

ب - المشاكل الخاصة بطبيعة اللغة العربية في ذاتها وقضية تعاملها مع الحاسب الآلي في إطار مجموعة من البرامج . فاللغة العربية ظاهرة معقدة ، مثلها في ذلك مثل العديد من اللغات ، يحتاج من يفكر في التعامل معها في إطار الحاسب أن يقرر كيفية التصدي لمرونتها واتساع مفرداتها وتعدد معانيها وتباين استخداماتها ، وفى كيفية التعامل مع لبسها وغموضها.

فبناء الأنظمة الخبيرة القادرة على أداء العديد من الوظائف الذهنية التي يقوم بها المحرر إزاء المادة الصحفية يجب أن يستند إلى مدخل لغوى ، على أساس أن اللغة هي العنصر الذي يمكن تقنينه داخل النص ، وهناك دورا مهما تلعبه شبكة الانترنت في المجال الصحفي حيث أصبحت شبكة الانترنت بفضل انتشارها الواسع من ناحية وغزارة المعلومات التي تحولها من ناحية أخرى أحد أهم المصادر الالكترونية للصحيفة والصحفيين على حد سواء.

ويمكن إجمال الطرق التي يستخدمها الصحفيون لشبكة الانترنت في[1]:

1- الاتصال بمصادر الأخبار باستخدام البريد الالكتروني : وذلك للحصول على المعلومات أو لإجراء المقابلات.

2- إجراء المقابلات الصحفية مع المصادر من خلال مؤتمرات الفيديو كونفرنس حيث يستطيع المحرر من خلال استخدام حاسبه الشخصي المجهز ببرامج النشر المكتبي وكاميرا ويب إجراء مقابلات مع عدد من المصادر في بلد واحد أو في عدد من بلدان العالم المختلفة وجها لوجه.

3- البحث في قواعد المعلومات المنتشرة حول العالم للحصول على معلومات عن أي موضوع أو فكرة أو قضية أو دولة أو مدينة أو حدث تاريخي وغيرها .

- وهناك مصادر للأخبار تتوجه إليها الصحف الإخبارية على شبكة الانترنت للحصول على الاخبار حيث تسعى المؤسسات الصحفية إلى الاستفادة من خدمات الانترنت اقتصاديا وإعلاميا وأصبح هناك الكثير من المواقع والصفحات الالكترونية العامة والمتخصصة تؤدي خدمات ومهمات إعلامية منوعة وعلى وجه الخصوص مصادر الخدمات الإخبارية أو ما يسمي بالخيارات لمستخدمي الانترنيت ومن أهم هذه المصادر[2]:

أ- الصحف الالكترونية .

ب- المواقع الإخبارية على الانترنت.

ج- القوائم البريدية.

---

(1) أمل خطاب، مرجع سابق، ص73.

(2) عبد الرزاق الدليمي، الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية(عمان:دار الثقافة) ط(1)2011، ص105.

د- مجموعات الاخبار على الانترنيت.

هـ- منتديات أو ساحات الحوار.

و.خدمة الويب الإخبارية

رابعاً : تأثير عملية التحرير الصحفي على المحرر:

منذ اختراع تكنولوجيا الطباعة منذ حوالي خمسمائة عام كان كتاب الصحافة سواء كان أدباء أو علماء أو مفكرين أو محررين أو مراسلين يسلمون ما يكتبوه إلى المسئولين عن الطباعة تاركين لهم مسئولية أو حرية إخراج طباعة هذه المادة الصحفية وبعد إدخال تكنولوجيا الالكترونيات والليزر فيما بعد أصبح واجبا على هؤلاء أن يقحموا أنفسهم في موضوع إعادة تقييم دورهم في عملية النشر نفسها، فأصبحت لأول مرة منذ بدء عصر الصحافة مسئولية تنسيق الصحيفة ونوعية الإنتاج وكذا عملية إدخال المادة الصحفية إلى الحاسب الآلي تعود في النهاية إلى المحررين أنفسهم[1].

وفتحت ثورة الوسائط التقنية الحديثة آفاقا جديدة لاستخدامات وظائف الإعلام كما حطمت الفواصل التقليدية بين الإعلام والاتصال الجماهيري من جهة، والاتصال الشخصي من جهة ثانية وقادت نحو نمو اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع وتنوع حرية المستقبل في الاختيار[2].

ولا يفوتنا هنا أن نقر ونعترف بأن الكثير من الكتاب الصحفيين يجدون صعوبة بالغة في التكيف مع هذه النظم الجديدة الدقيقة وما يترتب على

---

[1] محمود سري طه، الكمبيوتر في مجالات الحياة(القاهرة: الهيئة العامة المصرية للكتاب) ط (2)1999، ص(144).

[2] رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص(104).

ذلك من إجراءات عليهم أن يتعلموا من جديد ومن ثم أصبح غريب على وسط يقوم أحيانا بالربط بين الإمكانيات الذهنية إلا أننا نستطيع أن نؤكد هنا أن اتجاه هذه التكنولوجيا الحديثة شأنه شأن طول بقاء أو استمرار أي من الصحف لا بد وأن يستفيد من العاملون من الكتاب الصحفيين[1].

ولقد أحدثت الصحافة الالكترونية قفزات كبيرة ونوعية في التطور في مجال الإعلام بحكم التقدم الهائل والمتسارع الذي يشهده عالم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، وما وفرته هذه الشبكة العنكبوتية من سبل سهلة ومرونة كبيرة في الحصول على الخبر ومتابعة الحدث أولا بأول ليصبح العالم وكأنه قرية صغيرة[2].

ومن هنا ظهر مصطلح الصحفي الالكتروني أو المحرر الذي يستخدم الوسائل الالكترونية في عملية التحرير لإيصالها إلى الجماهير المستهدفة

ومن هنا ظهر مصطلح الصحفي الالكتروني فمثلما أحدثت التطورات التكنولوجية انقلابا في الصحافة وتحرير الخبر قامت بنفس الشيء مع صانعي الأخبار ومحرريها فقد أصبح هناك الصحفي الالكتروني وهو الصحفي الذي يستطيع التعامل والكتابة في الصحيفة باستخدام الوسائل الالكترونية .

وقد أثر الأخذ بنظام التحرير الالكتروني كبديل للتحرير اليدوي على عمل المحرر بالصحيفة المطبوعة من عدة زوايا [3] :

---

(1) محمود سري طه ،مرجع سابق، ص(144)

(2) عبد الرزاق الدليمي،مرجع سابق ص(41)

(3) المجلة العربية لبحوث الإعلام،مرجع سابق، ص182و 183.

1ـ زاوية الدقة في التحديد التيبوغرافى لبنط العنوان طبقاً لدرجة أهمية المادة الصحفية :

عند قيام المحرر الصحفي أثناء بتحرير موضوعه على شاشة العرض المرئي فإنه يقوم بالتوازي مع ذلك ببعض الإجراءات التيبوغرافية على حروف المادة ، فيحدد الأبناط الخاصة بها ، وخصوصاً أبناط العناوين وعندما يقوم المحررمن خلال استخدام آليات التحرير الالكتروني بتحديد بنط معين لأحرف العناوين الخاصة بمادته الصحفية ، فإن هذا الحجم يحدد إدراكه لدرجة أهمية هذا الخبر من وجهة نظره . والقارئ في هذه الحالة يدرك أهمية الخبر من حجم حروف عنوانه بناء على إدراك المحرر له .

فموقع المادة الصحفية على الصفحة وحجم حروف العناوين الخاصة بها كما يوصفها المحرر من خلال برنامج التحرير الالكتروني تتحكم - إلى حد كبير - في إدراك القارئ لدرجة أهميتها ، وقد كانت الفواصل بين أحجام الأبناط قبل دخول برامج الكمبيوتر في عمليات الجمع متسعة لتصل إلى ستة أبناط . وقد اختلف الوضع بالنسبة لبرامج الكمبيوتر حيث أمكن للمحرر أن يتحكم في حجم حروف عناوين مواده الصحفية دون التقيد بفواصل معينة ، وأصبح من السهل استخدام أي حجم حرف أو بنط معين بغض النظر عن حجم الحرف أو البنط الذي يسبقه أو يليه .

2ـ زاوية العلاقة بين المحررين والكتاب والمراسلين خارج مقر الصحيفة :

ينتج أيضاً عن التحول إلى نظام التحرير الالكتروني المعتمد على شبكات محلية داخل الصحف تعديل العلاقة بين المحررين بالصحيفة

والكتاب من خارجها (المصاحفين) من ناحية ومراسليها من ناحية أخرى .

فالمحررون اليوم يستخدمون الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعامل مع المصاحفين ويطالبونهم بالإلمام بالطرق المختلفة للتعامل مع هذه التكنولوجيا الجديدة، فالمحرر المسئول عن صفحة الرأي بأية صحيفة يمكن أن يستقبل المواد التي يرسل بها الكتاب من داخل الصحيفة والكتاب من خارجها على مخطط الصفحة بشكل مباشر من خلال تحميل كل مادة رأى على ملف بالفاكس أو البريد الالكتروني ، بحيث يتولى المحرر المسئول القيام بفتحه وتحديد موقع المادة الصحفية التي يحتويها على الصفحة .

وينطبق الأمر نفسه على مراسلي الصحيفة الذين يعملون في مكاتبها المحلية أو في مكاتبها بالعواصم العالمية حيث يمكنهم إرسال موادهم الصحفية بشكل مباشر عبر أنظمة الفاكس الملحق بالحاسب أو باستخدام البريد الالكتروني إلى جهاز الحاسب المركزي بالصحيفة حيث يتم وضعها مباشرة في موقعها على صفحات الجريدة.

ومن هنا أصبح هذا الصحفي له أيضا مواصفات دونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الالكترونية مثل[1]:

التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه خاصة برامج الكتابة وبرنامج الصور لزوم إدخال الصور على الكمبيوتر وإرسالها إلكترونيا إلى الصحيفة .

---

[1]عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص (99).

التعامل مع شبكة الانترنت فيعرف كيف يبحث عليها وكيف يتحول على مواقعها المختلفة.

يكون له بريد الكتروني يرسل منه للصحيفة ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة ولا بد أن يكون مدركا لحجم بريده الالكتروني وسعته حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر مهم لصحيفته في الوقت المناسب.

لدية خبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة للتجسس وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على جهازه.

5- متابعة ما يقوم بنشره وردود الفعل حتى يمكنه الرد عليها إن احتاج الأمر أو نشرها على حسب طبيعة صحيفته .

خامسا: السلبيات والإشكاليات التي أوجدها التطور التكنولوجي على الصحافة :

ساهمت التكنولوجيا وبشكل كبير في تطور عملية التحرير الصحفي كما طورت مهارات الصحفيين واعتقد أنه كما أن هناك تأثيرات إيجابية كبيرة أثرت على أداء الصحفيين من خلال استخدامهم للوسائل التكنولوجية الجديدة فإن هناك مشكلة تواجه صحافتنا فالتطور الالكتروني في صحافة اليوم تعدى مرحلة أن التطور في تكنولوجيا الاتصال بشكل عام وتطور تكنولوجيا الصحافة بشكل خاص قد وفر للصحافة إمكانية كبيرة في أداء وظيفتها الدولية من جهة ، وإيجاد وظائف جديدة من جهة أخرى ، ولكن في نفس الوقت أوجد كثير من السلبيات والإشكاليات التي نجملها في التالي :

1.الآثار السلبية لاستخدام الوسائل التكنولوجية في العمل الصحفي :

أ- أن التكنولوجيا قدمت أجهزة لكبت حرية التعبير: التي هي منع حرية الصحافة والإعلام وهكذا شهدنا سباقا شديدا بل قضايا سياسية

وقانونية بين الصحافة ووسائل الاتصال الأخرى في الحصول على المعلومة ونشرها وبين حماية الحياة الخاصة بفضل حصول الصحافة ووسائل الاتصال على أجهزة تقنية حديثة أنتجتها التكنولوجيا تساعد في التصوير الفوتغرافي السري وتسجيل الأحاديث الخاصة والحصول على المعلومات بطرق حديثة والتقاط الأسرار بأجهزة دقيقة وبطريقة غير مباشرة الأمر الذي فجر قضية جديدة وهي مدى حرية الصحافة مثلا في انتهاك الحرية الخاصة وفي استخدامها هذه الأجهزة التقنية الحديثة للتجسس على حياة الزعماء السياسيين ومصادر الأنباء بل والتدخل بشكل خفي ومثير في الحياة الخاصة لأي إنسان[1] .

ب- وإذا كانت قضايا الحرية والثقافة والتبعية للعالم المتقدم من القضايا العامة ومن التبعات الرئيسية المصاحبة لنقل تكنولوجيا الاتصال للدول العربية فإن هناك سلبيات أخرى تمس صميم العمل الصحفي إنتاجا وصناعة فمع نقص المال والمهارات من غير المتوقع أن تحقق الاستفادة الكبيرة من نظم استرجاع المعلومات أو استخدام الحاسب داخل البلد وربما كان هناك تدريب قد تم وفنيون قد أرسلوا عندما أتت الآلات لأول مرة وبعد عدة سنين يحدث خلل أو عطل مفاجئ ربما تتوقف الآلة لمدة أيام أو أسابيع حتى يأتي رجل فني أو ترسل قطعة غيار للإصلاح وكم من الممكن أن يكون الوضع أفضل وأكثر كفاءة إذا كان فني الإصلاح بالداخل على اتصال مباشر مع المكان الذي تم تصنيع الآلة فيه[2] .

---

[1]سمير محمود، مرجع سابق، ص(18).

[2]سمير محمود مرجع سابق، ص(18).

2. إشكاليات استخدام التكنولوجيا على الصحافة:

يثير استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في العمل الصحفي العديد من الإشكاليات منها[1]:

أ- التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا: إن التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا والاندماج بين وسائل الاتصال جعل من الصعوبة وضع إطار محدد لفهم طبيعة وشكل الوسائل الجديدة وتأثيرها بصفة عامة على العمل الصحفي بخاصة .

ب- بينما جلبت التكنولوجيا معها أسلوبا جديدا في العمل الصحفي تعدلت بمقتضاه وتغيرات الممارسات الصحفية القديمة فإنها أثارت في الوقت نفسه العديد من التساؤلات : مثل هل ستؤدي إلى إلغاء الممارسات الصحفية القديمة أم ستتعايش معها ؟

ج- بينما كانت مشكلة الصحافة دائما هي ندرة المعلومات فإنها الآن أصبحت تعاني من الوفرة والتخمة المعلوماتية وهو ما يثير قضية المعايير المستخدمة في تقرير طبيعة ونوعية المعلومات المهمة والملائمة للعمل الصحفي والجمهور ؟ وكيف يمكن التخلص من المعلومات المهمة وغير المفيدة ومدى حاجة الجمهور لمثل هذا الكم من المعلومات ومدى رضاه عن هذه الوفرة المعلوماتية .

د- إن العمل الصحفي حاليا في ظل التكنولوجيا الجديدة يقوم على إعادة إنتاج الكم المعلوماتي المتوفر وهو أمر يثير التساؤل حول وظيفة العمل الصحفي هل هو مجرد إعادة إنتاج لمضمون سابق ؟ أم خلق منتج معلوماتي جديد مع السعي لاختيار أفضل الطرائق لتوظيفه.

---

[1] عبد الأمير مويت الفيصل، مرجع سابق، ص(37).

هـ.إن الوسائل الجديدة تركز على شكل المادة الصحفية وطرق إخراجها وهو ما يثير من جديد قضية المضمون المقدم وطبيعته وتوجهاته وأيهما أولى بالاهتمام الشكل أم المضمون .

3ـ مشكلات استخدام الانترنت صحفيا[1]:

أ- أن المعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات أو تستخدم الادعاءات الملفقة أو يكتفي بها بديلا عن المصادر الأساسية كما تختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية.

ب- استعراض مواد الانترنت يمكن أن يستهلك وقتا كبيرا بلا جدوى بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث فالبحث عن المعلومات يقتضي تطوير المهارات البحثية ولا تقرير إذا كانت ذات مصداقية أم لا أو ما إذا كانت يجب أن تدرج ضمن المادة الصحفية أم لا .

ج- يعرض الاستخدام المتزايد لتقنيات متعددة لجمع الأخبار ومواجهة أوجديدة من مشكلات أخلاقيات العمل الصحفي مثل الملكية الفكرية والرسائل الصحفية المفخخة فضلا عن القضايا التقليدية المتعلقة بتوافر الدقة والعدلة والخصوصية والصحة والموضوعية .

د- معظم المواد الصحفية الموجودة على الانترنت مكتوبة باللغة الانجليزية ومعدة وفقا لمناهج الفكر الغربي وفلسفتها الصحفية والإعلامية وهو أمر يضع قيودا على انتشار استخدام الانترنت من قبل الصحفيين الذين لا يجدونها .

---

[1]عبد الأمير مويت الفيصل، مرجع سابق، ص(48).

هـ- تثير علاقة الصحافة بالانترنت ظاهرة العولمة وتخطي الحدود الوطنية وتهديد هويات العديد من المجتمعات الصغيرة لصالح اكتساح ثقافة وتقاليد المجتمعات العربية .

4ـمستقبل الصحافة المطبوعة في ظل منافسة الصحافة الالكترونية:

إن الصحافة المطبوعة ستظل حافظة لموقعها وسط الوسائل الالكترونية الأخرى وإنها لن تؤثر عليها بالشكل الذي يروج له البعض وبخاصة الانترنت ،كما أن الانترنت يساعد على انتشار الصحافة ،فالصحيفة التي تقرأ عبر الانترنت هي الصحيفة الورقية جنبا إلى جنب الصحف الالكترونية ولكن تظل القراءة عبر الورق أسهل وأيسر وأكثر عمقاً[1] ويرى العديد من الباحثين في هذه المجال أن الوسائل الالكترونية والانترنت لا تمثل خطرا على مستقبل الصحافة وذلك لعدة أسباب منها[2]:

1- أن غالبية الصحف اليومية في الغرب والعالم العربي يتم الإطلاع عليها من خلال المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت .

2- وهناك عدد لا بأس به من الصحف في أمريكيا وأوروبا واليابان قد فصل الصحف المطبوعة عن النسخ الالكترونية من حيث الإدارة وجود المحتوى وطبيعة مصادر الدخل ونفقات كل واحدة.

3- هناك عدد من المواقع الالكترونية التي يملكها عدد من الناشرين المختصين الكترونيا بعيدا عن الصحافة المطبوعة هي اليوم واحدة من

---

(1) عبد الأمير مويت الفيصل، مرجع سابق، ص(49).

(2) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع) ط (1)2010، ص(193).

انجح البوابات الالكترونية على الشبكة العالمية من حيث عدد الزوار أو المشتركين ودخلها من الإعلان أرقام لا تصدق .

4- هناك كثير من الصحف والمجلات ظهرت على شبكة الانترنت وحققت نجاحا كبيرا إلى درجة أنها تخطت علام النشر التقليدي .

5- يجب أن نذكر أن العامل المشترك بين النشر التقليدي أو النشر الالكتروني هو المحتوى المميز وبدون ذلك تفقد الصحيفة أو الموقع الالكتروني أهميته إذ يجب التركيز على المحتوى المميز من أجل الانتشار من قبل الجمهور.

وأمام هذه التقدم الكبير في الوسائط التكنولوجية الصحفية التي أدت إلى ظهور المواقع الالكترونية الصحفية التي أوجدت منافسة كبيرة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الالكترونية ، وضع عدد من الباحثين بعض من الآليات والتصورات التي تدعم صمود الصحافة المطبوعة في ظل منافسة الوسائل الالكترونية وهي على النحو الأتي [1]:

1- ضرورة الاتجاه نحو المحلية :لأن الكثير من الصحف الورقية لا تستطيع الاتجاه إلى العالمية من خلال النشر الالكتروني عبر الانترنت ، ومن ثم فإنه ينبغي عليها التركيز على تحقيق مكانة مرموقة محليا .

2- الاتجاه إلى التخصصية: حيث يتطلب الحفاظ على صناعة الصحافة المطبوعة في المستقبل مزيدا من تنوع المطبوعات الورقية التي تلبي الاحتياجات الخاصة لكافة نوعيات القراء على مختلف ميولهم وأذواقهم واتجاهاتهم.

---

[1] محرز غالي ، مرجع سابق، ص(145).

3- ضرورة الاستفادة الصحفية من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الراهنة: ومواكبة الجديد في مجالات تكنولوجيا الإنتاج الطباعي وتقنيات معالجة المعلومات والبيانات إلخ...

4- ضرورة العناية الفائقة بتطوير المحتوى الإعلامي للصحفي المطبوعة : بالشكل الذي يجعله يصب في خدمة القارئ وذلك من خلال التركيز على قيم الدقة والمصداقية والتركيز على القضايا والأحداث ذات الصبغة المحلية باعتبارها مجالات يصعب على الانترنت أو حتى وسائل الإعلام التقليدية الأخرى منافسة الصحافة فيها .

نتائج الدراسة :

1- أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال قد أفرزت نمطا اتصاليا جديدا وهو نمط الاتصال المنقول بواسطة وسائل تقنية حديثة أضيف إلى وسائل الاتصالية التقليدية السابقة مثل الاتصال الذاتي ،الاتصال الشخصي ،الاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري .

2- أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الصحفي هي علاقة طردية أي كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الصحفي في مختلف المجالات .

3- أن الصحف قد استفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال مما أدى إلى زيادة فاعلية أدائها لمهامها الإخبارية، وتوسيع نطاق تغطيتها الجغرافية للأحداث إضافة إلى السرعة وقوة الانتشار.

4- اشتداد المنافسة بين الصحف المطبوعة وسائل الإعلام الالكترونية وخصوصا المواقع الإخبارية الالكترونية.

5- أن الصحافة المطبوعة ستظل محافظة على قوة تأثيرها على الرغم من منافسة نظيرتها الالكترونية بسبب رغبة الكثير من الجماهير في قراءة الصحف المطبوعة

6- قدرة الصحف المطبوعة على تقديم الموضوعات التفسيرية والمقالات التحليلية والنقدية أكثر من الصحف الإلكترونية

7- معظم مستخدمي الصحف الإلكترونية لم يعدوا حريصين على قراءة الجرائد اليومية وقت صدورها.

8- كثير من الصحف والمجلات ظهرت على شبكة الانترنت وحققت نجاحا كبيرا إلى درجة أنها تخطت عالم النشر التقليدي .

9- أن تكنولوجيا الاتصال ساعدت الصحف على أداء الكثير من المهام الصحفية بجودة أفضل.

10- أن استخدام الصحافة للتكنولوجيا الإتصالية الحديثة أدى إلى سرعة تغطية الأحداث وتوسيع نطاق التغطية الجغرافية والتغطية التفسيرية والموضوعية وإتساع مجالات الفنون الصحفية.

11- على الرغم من استفادة الصحافة العربية من التكنولوجيا في المجال الصحفي إلا أنه لا يزال هناك فجوة كبيرة بالنسبة لاستفادة الغرب .

12- وفرت التكنولوجيا للصحف إمكانية التأثير على أعداد الجماهير المتلقية للرسالة الإعلامية التي تمثلها.

13- طرأت تغييرات كبيرة على عمل المحرر فقد ظهر مصطلح الصحفي الالكتروني الذي يستخدم الوسائط التقنية في إعداد مادته بدلا من الوسائط القديمة .

توصيات الدراسة :

1- يجب على المحرر الصحفي الاهتمام بتنمية قدراته ومواكبة التطور في أساليب الكتابة الصحافية خاصة مع تطور الوسائل التكنولوجية

2- على المؤسسات الصحفية الاستفادة القصوى من التطور التكنولوجي الهائل في مجال التحرير الصحفي .

3- ضرورة العناية الفائقة بتطوير المحتوى الإعلامي للصحف المطبوعة بالشكل الذي يجعله يصب في خدمة القارئ وذلك من خلال التركيز على قيم الدقة والمصداقية

4- يوصى الطالب بالاتجاه إلى التخصصية في العمل الصحفي وأن يعطي الصحفي قدراً معقولاً من التّفرّغ والاهتمام

5- يوصي الطالب العاملين في المجال الصحفي بعدم الاعتماد على الموهبة فقط بضرورة المعرفة التّامة بمفهوم التّحرير الصّحفي عن طريق الدراسة .

6- ضرورة استفادة الصحفيين من جميع الخدمات التي تقدمها شبكة (استخدام البريد الإلكتروني- الاتصال التلفوني – إجراء المقابلات – تبادل الأخبار) .

7- على المؤسسات الإعلامية أن تنظم دورات متسلسلة ومتطورة للصحفيين في مجال والإعلام الإلكتروني ، وذلك للتعرف على خدماته وكيفية التعامل التكنولوجيا الجديدة.

8- على المؤسسات الصحفية أن تعمل على تدريب الكوادر البشرية على استعمال التكنولوجيا في المجال الصحفي حتى تستطيع الاستفادة من التطور إلى أكبر حد ممكن .

9- الاستعانة بالخبراء والمختصين في المجال الصحفي عربيًا ودوليًا لتقييم العمل الصحفي المحلي، ومحاولة تطويره من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة.

10- ضرورة تبادل الخبرات بين المؤسسات الصحفية وتكوين مراكز استشارية بحثية صحفية لمعرفة آخر المستجدات في العمل الصحفي.

11.عقد المؤتمرات المحلية والمشاركة في المؤتمرات الدولية التي تهتم بتوظيف وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل فن التحرير الصحفي .

12- ضرورة تبادل الخبرات بين المؤسسات الصحفية وتكوين مراكز استشارية بحثية صحفية لمعرفة آخر المستجدات في العمل الصحفي.

13- الاستعانة بالخبراء والمختصين في المجال الصحفي عربيًا ودوليًا لتقييم العمل الصحفي المحلي، ومحاولة تطويره من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة .

الفصل السابع

الصحف المجانية

تميز العقدين الأخيرين من القرن الميلادي الماضي بالتقدم العلمي والتكنولوجي الكبير ، وكان للاتصال ومجالات الاعلام تأثر كبير بهذه الثورة التكنولوجية ، وشهدت الصحافة بشكل خاص تطورا كبيرا في عدد الصحف وانواعها والمواضيع التي تتناولها كما " أصبحت الصحافة في عالم اليوم قوة كبيرة وصناعة ضخمة ، وبات اصدار الصحف يتطلب توفر الامكانيات المالية الكبيرة والمعدات الحديثة " .

وأدى هذا التطور إلى ظهور اشكال عديدة ونماذج جديدة من الصحافة ، مثل الصحافة الالكترونية وصحافة الاذاعة والتلفزيون والصحف المجانية المنتشرة في العديد من دول العالم وخصوصا في اوربا التي شهدت ولادة عشرات الصحف المجانية التي يتم توزيعها يوميا على الناس ودون مقابل .

لقد اصبح الاعلام من اهم مظاهر الحياة اثر التطور الكبير الذي شهده علم الاتصال والاعلام والدور الكبير له في حياة الناس والمجتمعات وتطور الصناعات وتوسع الاسواق وحاجتها إلى الإعلان الذي يقوم بأدوار مهمة وكبيرة في التعريف والتسويق لاعداد لاحصر لها من البضائع والسلع والخدمات ، وقد تحول الاعلان الى علم وعالم قائم بذاته يؤثر ويتأثر في التقدم والتطورالحاصل في فنون الاعلام والاتصال الى الحد الذي " يمكننا القول ان القرن العشرين هو عصر الاعلان لانه اضحى وسيلة مثلى للترويج عن السلع والخدمات وللسيطرة على قرارات المستهلكين وترك الاعلان بصماته واضحة على حياة الشعوب افراداً ومجتمعات" .

ان التطور والاهمية الكبيرة للاعلان ودوره في تمويل وتنمية مختلف وسائل الاعلام قد ادى الى ظهور الصحف المجانية ،وشهدت هذه

الصحف تطورا كميا ونوعيا في العديد من دول العالم ، وادى انتشارها في الكثير من بلدان العالم (خصوصا في اوربا والدنمارك مكان اقامة الباحث) الى مستوى من الاهمية والتوزيع والانتشار ما جعلها احد اهم معالم هذا البلد الاعلامية ،الى جانب توسع وانتشار هذا النوع من الصحف الى بعض الدول العربية التي شهد بعضها ولادة هذا النوع من الصحافة .

ومن المهم القول ان ولادة بعض الصحف المجانية وانتشارها الكبير قد اخذت دور البديل او المنافس للصحف التقليدية المدفوعة القيمة المتعرضة الى منافسة وتحديات كبيرة وخطيرة من جانب العديد من اشكال المنافسة الاخرى مثل الصحافة الالكترونية والقنوات الفضائية وغيرها من التطورات المساعدة في بروز وانتشار الصحافة المجانية بصورتين ، منها ما هو مرتبط بالمؤسسة الاعلامية التقليدية أي بصحيفة معينة معروفة تقوم باصدار صحيفة او عدة صحف تقليدية مدفوعة القيمة وتشكل الصحيفة المجانية احد هذه الاصدارات ، ومنها ما هو قائم بذاته باعتباره مشروعا ووليدا اعلاميا له كل صفات وفنون ومميزات الصحيفة الناجحة ، وتمثل صحيفة ميترو اوضح مثال على الصحيفة المجانية المستقلة القائمة بذاتها وغير المرتبطة بصحف أخرى .

تمثل الصحافة المجانية موضوعا حديثا ومهما كونها تشكل ظاهرة لم تتم دراستها او بحثها الا في حدود ومجالات معدودة من مجالات الدراسة والبحث الأكاديمي رغم اهميتها وانتشارها ودورها الكبيرالذي تقوم به في الوقت الحاضر .

مشكلة البحث :

إن اصدار صحيفة تضم مختلف فنون العمل الصحفي من الاخبار والتحقيقات والمقالات والمواضيع الصحفية التي تجذب القارئ الى جانب

الاعلانات التي تنشر في نسب مختلفة على صفحاتها وتوزيعها مجانا ، يشكل ظاهرة بارزة ومنتشرة في العديد من دول العالم، وهي تشهد توسعا كبيرا في مختلف دول العالم مما يجعلها احداهم مظاهر الاتجاهات الحديثة في الصحافة ،وتبرز مشكلة البحث في عدد من الاسئلة مثل:

- هل تخضع الصحف المجانية لذات شروط الصحف غير المجانية من حيث التحرير والقوالب الصحفية والاشكال الفنية المتبعة ؟
- وسبب اصدار وتوزيع هذه الصحف دون مقابل ؟
- ومن الذي يقف وراء اصدار هذه الصحف ؟
- وما هي الاساليب والمضامين التي تحرص عليها الصحيفة المجانية من اجل امكانية الاستمرار في الصدور؟
- وهل تعتمد الصحف المجانية على دعم او تمويل حكومي و اهلي ؟
- ومن هو المستفيد من اصدار هذا النوع من الصحف ؟
- وهل هناك تعاون او ارتباط بين هذه الصحف المجانية وبين غيرها من الصحف التقليدية ؟

أهداف البحث:

يهدف البحث للكشف عن :

1- الشكل في الصحف المجانية
2- المضمون في الصحف المجانية
3- اجراء مقارنة بين نماذج من تلك الصحف لبيان أوجه التقارب والابتعاد بينها .

أهمية البحث :

إن أهميـة البحـث تكمـن في إن دراسـة الصـحف المجانيـة تعتبـر واحدة من الدراسات الاعلامية الحديثة التي لم تغن بحثا وبالتالي تعد من الدراسات الريادية في هذا الموضوع .

كما ويمكن للكليات التي تدرس الاعلام ومعاهد الصحافة في العالم العربي الاستفادة من نتائج هذه الدراسة وتوصياتها .

تحديد المصطلحات :

1ـ الصحف :

أـتعريف فارق ابو زيد :

الصـحف هـي " وسـيلة مـن وسـائل الاعـلام والاتصـال بالجمـاهير تتميز بكونها دورية مطبوعة تصدر من عدة نسـخ الا ان كـلا لـه هويتـه الخاصة التي تميزه عن غيره من وسائل الاعلام تظهر بشكل منتظم في مواعيد ثابتة متقارية او متباعدة " .

بـتعريف موسوعة ويكيبيديا :

"الصحيفة أو الجريدة هي إصدار يحتوي علي أخبار ومعلومات ، وعادة ما تطبع على ورق زهيد الثمن . يمكن ان تكون الصحيفة صحيفة عامة او اعلانات متخصصة ، وقد تصدر يوميا او اسبوعيا " .

2ـ الصحف المجانية :

هـي " الصـحف الـتي تعتمـد علـى فكـرة زيـادة حجـم الاعلانـات المنشـورة في الصـحيفة وتـوفير عائـدات ماليـة اكـبر مـن خلالهـا مقابـل توزيع الصحيفة مجانا في محطات المترو والقطارات ومراكز التسوق ، أي ان تمويل الصحيفة وربحها يعتمدان كليا على الاعلانات وبالتالي الاستغناء عن (ثمن) بيع الصحيفة " .

وتعريف الباحث للصحف المجانية :

هـي الصـحف الـتي تحتـل حيـزا كـبيرا في خريطـة الصـحافة المكتوبة في العالم والتي تعتمد المهنية والحرفية وتقدم نفسها بشكل صحيفة ورقية تصدر بشكل دوري مستمر ولها وظائف متعددة اهمها الاعلان والدعاية والترفيه والاعلام بالمجان ،أي من دون ان يدفع القارئ مقابلا ماديا مباشرا لها .

3ـ الشكل :

أ- تعريف حسن علوان للشكل بانه :

"الوجه الأول للمادة الاعلامية ووجهها الثاني هو المضمون ، وأنه المظهر الخارجي للرسالة الإعلامية ويمثل الجسد لها "(علوان ،2008 ، ص 20).

وتعريف الباحث للشكل في الصحف المجانية هو :

هو التصميم والمظهر الفني المميز الذي يميز شكل الصحيفة المجانية وموقع الاعلان المميز في صفحاتها والبارز باحجام والوان كبيرة على صفحاتها الاولى والداخلية على حد سواء والتي تأخذ حجم المقاس الصغير للصحيفة.

4ـ المضمون

أـ تعريف طلعت همّام للمضمون :

" وهو الموضوع الذي تتناوله هذه المطبوعات وطرق معالجته ، حيث ان المادة التي تحتويها المطبوعات سوف تحتل المرتبة الاولى من حيث الاهمية ومن هنا يجب مراعاة الامانة والدقة في تحرير المادة المطبوعة وان تتم كتابتها بلغة صحيحة " .

بـ وتعريف الباحث للمضمون في الصحف المجانية هو :

المواد والمواضيع التي تتسم بالسرعة والتشويق في عرضها والتي تتناسب مع اهتمامات عامة القراء بمختلف درجاتهم وميولهم ،وتركز

على الاخبار المحلية والفنية والرياضية واخبار الاسواق والبورصة وعرض برامج التلفزيون ومختلف النشاطات الحياتية اليومية التي تهم القارئ .

حدود البحث:

يتحدد البحث بانه مخصص في الصحف الورقية المجانية فقط لان مصطلح الصحافة المجانية اصبح شاملا للصحافة الالكترونية وما تضمه من صحافة الانترنت والصحف التقليدية التي تنشر موادها على شبكة الانترنت وغيرها من انواع النشر الالكتروني التي تخرج عن نطاق بحثنا هذا والذي يتحدد بموضوع الصحف الورقية المجانية وبالحدود الزمانية والمكانية التالية .

الحدود المكانية :

مكان البحث هو الدنمارك ودراسة اول صحيفة مجانية صدرت فيه وهي :

صحيفة (مترو اكسبريس) metroXpress

المدى الزماني للبحث:

يتحدد البحث في دراسة الصحف المجانية صحيفة (مترو اكسبريس) metroXpress الصادرة بين الفترة 1 حزيران (يونيو) 2008 ولغاية 31 آب (اغسطس) 2008

الدراسات السابقة :

تعتبر الصحافة المجانية موضوعا جديدا واتجاها حديثا من اتجاهات الصحافة وهو ما يفسرعدم وجود دراسات متخصصة بهذا الموضوع ، حيث لم يجد الباحث دراسات معمقة ومحددة بموضوع دراسته ، وباستثناء دراستين او مصدرين فان اغلب ما اعتمد عليه الباحث في دراسته هي مقالات ومواد منشورة في العديد من الصحف والمواقع الالكترونية الى جانب الى العديد من المصادر العلمية التي تم الرجوع اليها للايفاء بمتطلبات البحث .

كما لم يتمكن الباحث من الوصول الى وجود اي ابحاث اكاديمية او دراسة ماجستير او دكتوراه في هذا الجانب وانما ورد عن الصحافة المجانية بعض المصادر والمواضيع المنشورة وقد استعان الباحث باهمهما وهما بحث لاحد الباحثين في موضوع شكّلت الصحافة المجانية احدمحاور هذه الدراسة والثاني كتاب مطبوع احتلت الصحافة المجانية فصلا من فصوله وهما :

1- دراسة علي بن شويل القرني بعنوان (القرني ، علي بن شويل (لات) . الاتجاهات الحديثة

في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية الى الاعلامات الشخصية)

وقد حاولت هذه الدراسة

التعرف على الاتجاهات الحديثة في الصحافة العالمية من مختلف جوانب العمل المهني للصحافة.

وسعت الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من الاسئلة منها السؤال المتضمن (ما مدى تأثير الصحافة المجانية على الصحافة المدفوعة؟) ومحاولة الاجابة عليه من خلال الفصل الذي تناول هذا الموضوع والاشارة الى ما تعرضت له الصحافة خلال العقود الماضية من ضغوطات كبيرة من داخل المؤسسات الصحافية، ومن خارجها.

حيث واجهت الصحافة وتواجه منذ السنوات الأخيرة من نهاية القرن العشرين تحديات صعبة من المنافسة مع الوسائل الجماهيرية الأخرى، وخاصة ظهور وانتشار الإنترنت في العالم.

كما تواجه الصحافة التقليدية تحديات من المدارس الحديثة في الصحافة، أثرت على مضمون وشكل الصحافة التقليدية، مما استدعى إعادة الهيكلة والبناء والتفكير في النمط التقليدي للصحافة التي تآلف معها القراء على مر العقود السابقة.

كمـا تناولـت الدراسـة أبـرز الإتجاهـات الحديثـة في مقاسـات الصحف والتصاميم الفنية وهو الذي افاد منه الباحث في دراسة الشـكل الذي ظهـرت واستمرت وتوسـعت مـن خلالـه الصـحف المجانيـة والتقليديـة معا في الشكل المعروف عالميا وهو حجم التابلويد.

كمـا سـاعدت هـذه الدراسـة في التعـرف علـى اهـم الصـحف الصـادرة في العـالم وعلـى أحـدث المسـتجدات الصـحافية علـى المسـتوى التحريـري والفـني والطبـاعي في هـذه الدراسـة، ومعرفـة التطـورات الـتي حـدثت خـلال السـنوات الماضيةعلى الصـحافة حيـث أسـهمت معرفـة تلـك المواضيع في فتح آفاق البحث في موضوع الصـحافة المجانيـة والتوسـع فيـه لغرض معرفة المستجدات التي حـدثت في الصحافة في كثير من بلـدان العـالم ،ومـا رافقـه مـن توسـع كـبير كميـا ونوعيـا في هـذا النـوع مـن الصحافة التي اصبحت احدى واهم سمات العالم المتقدم في عصرنا .

2ـدراسة عبدالحليم محمود بعنوان الصحف وايقاع العصر .

والصادرة في بيروت دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع) والـتي اشـار فيهـا الى الاختراعـات التكنولوجيـة الكـبرى، التي تبـدأ مـع الكمبيـوتر والخلـوي ولا تنتهـي مـع أجهـزة تفاعليـة شـديدة الـذكاء والصغر.

ومحاولة الاجابة على سؤال : كيف يكون بمقدور الصحافي أو صـاحب الامبراطوريـة الصـحافية أن يجـد لـه او لمؤسسـته مكانـاً ضـمن المـتغيرات المرتقبـة والتحـديات الـتي تواجههـا الصـحافة الورقيـة ، الـتي تخوض سباق المنافسة مع غيرها من وسائل الاتصال ؟.

وقـد حـاول الكتـاب اسـتعراض التـاريخ الصـحافي، وخطواتـه المفصلية، الـتي غالبـاً مـا حصـلت بمحـرض سياسـي أو مـتغير طبـاعي، صناعي، اقتصادي، كما كانت لـه وقفة علـى نسب التوزيع العالمية،

وتعامل الصحافة الورقية مع الضوئية، وفيما يتعلق بموضوع بحثنا هذا فقد توقف الكتاب أمام ظاهرة الصحف المجانية والإعلانية، وتناولها باستعراض وشرح لها كما تناول الحجم الذي عُرفت به وتتشر به وهو حجم (التابلويد) الصغير وانتشاره في الصحافة المجانية والتقليدية معا على حساب الحجم الكبير (البرودشيت) .

لقد تطورت وسائل الاعلام والاتصال الى درجة ان العالم يشهد في كل يوم تطورا وجديدا في وسائل الاعلام والاتصال الى الحد الذي جعل البعض يقول " دخلت البشرية اليوم مرحلة جديدة يمثلها مجتمع الاعلام والمعلومات وان الشاشة الصغيرة هي التي ستصبح بلا منازع الرمز المعبر والشعر المجسم للثورة الاعلامية ، فالعالم لم يعد قرية صغيرة كما اعتقد مارشال ماكلوهان بل اصبح شاشاة صغيرة ".

ومن ابرز صور وامثلة الاعلام الحديثة القنوات الفضائية والمجلات الواسعة الانتشار والصحف المحلية والوطنية والدولية الكبرى والصحف المجانية المنتشرة في دول ومدن عديدة والموجودة اغلبها او معظمها على شبكة الانترنت التي فتحت آفاقا بلا حدود للنشر والاعلام والاتصال بين الناس .

التعريف بالصحافة المجانية

المبحث الاول : نشوء وتطور الصحافة المجانية

المبحث الثاني : مقارنة بين الصحافة المجانية والصحافة الاعتيادية

المبحث الثالث : الدوروالتأثير الذي تقوم به الصحافة المجانية

المبحث الاول
نشوء وتطـور الصحافة المجانية

تشغل الصحافة المجانية حجما مهما وحيّزا كبيرا في خريطة الصحافة المكتوبة في العالم ، حيث استطاع هذا النوع من الصحافة ان يفرض وجوده وينتشر في مختلف انحاء العالم بحيث اصبح نوعا متميزا من الصحافة ، وبقدر تعلق الامر بموضوع البحث فان الباحث يقصد الصحافة الورقية المكتوبة التي تقدم للقارئ بصورة مجانية ، وهذه الصحافة تقدم نفسها للقارئ في مختلف مدن العالم خاصة المزدحمة منها في شكل صحيفة ورقية ملونة جذابة تعتمد المهنية والحرفية وتصدر بشكل دوري مستمر وتقوم بوظائف وادوار مختلفة ومتعددة اهمها الاعلان والدعاية والترفيه والاعلام بالمجان أي من دون ان يدفع القارئ مقابلا ماديا مباشرا لها .

تعرف الصحافة المجانية بأنها " الصحافة التي تعتمد على فكرة زيادة حجم الاعلانات المنشورة في الصحيفة وتوفير عائدات مالية اكبر من خلالها مقابل توزيع الصحيفة مجان في محطات المترو والقطارات ومراكز التسوق ، أي ان تمويل الصحيفة وربحها يعتمد كليا على الاعلانات وبالتالي الاستغناء عن بيع الصحيفة ".

إن التعريف بالصحافة المجانية يتطلب من الباحث استعراض الآراء ووجهات النظر التي تناولتها ، والتي تعددت الآراء فيها باختلاف الزاوية اوٰ الرؤية التي ينظر بها اليها ، فقد اعتبرها البعض "من الإتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية انتشار ما يعرف بالصحافة المجانية في أوربا بشكل خاص خلال العشر سنوات الاخيرة " (القرني ،لات ، ص18).

وترجع اسباب هذا الاتجاه الجديد من الصحافة الى ما تعرضت له (الصحافة) خلال العقود الماضية من تطورات وتغيرات كثيرة ومارافقها من ضغوط كبيرة من داخل المؤسسات الصحافية وخارجها . فقد تطورت الصحافة في العالم ، وكان من من أهم عوامل تطورها بشكل عام " انتشار العلم واثر الصراع الفكري والتقدم الآلي التقني وتزايد السكان وتنوع اذواقهم وحرية الصحافة ".

ومن العوامل التي جعلت الصحافة تحديدا تواجه منذ السنوات الأخيرة من نهاية القرن العشرين تحديات صعبة من المنافسة مع الوسائل الجماهيرية الأخرى (التلفزيون والقنوات الفضائية تحديدا) ، واعتبر التحدي الاكبر ظهور وانتشار الإنترنت في العالم الذي جعل اغلب الصحف في العالم تقدم نسخا الكترونية من صحفها على الشبكة العالمية ، كما تواجه الصحافة التقليدية تحديات من المدارس الحديثة في الصحافة ، أثرت على مضمون وشكل الصحافة التقليدية ، مما استدعى إعادة هيكلة وبناء وتفكير النمط التقليدي للصحافة التي تآلف معها القراء على مر العقود السابقة.

كما أدى التطور الذي حدث في الصحافة وظهور الصحافة المصورة " تقليدا للمدرسة الأمريكية تخصصا وتشويقا وحداثة وتوظيف وكالات الاعلام (الانباء) بأقصى سرعة بحيث تطبع نسخ الجريدة نفسها في آن معا في أكثر من عاصمة توزيع وتشير دراسات الإعلام إلى أذواق الجمهور بميلها نحو الصحافة المتخصصة والخفيفة المسلية ".

وتعتبر الصحافة المجانية ظاهرة جديدة تنتشر في العديد من المجتمعات الأوروبية والغربية ، وقد جاءت في جانب منها ردا على تراجع الاهتمام الشعبي والإعلاني بالصحافة الورقية التي تأثرت بظهور التلفزيون والانترنت الى الحد الذي اثر وسبب في ازمة تعاني منها

الصحافة الورقية ، إلا أن الوقت الذي يقضيه الناس خاصة في المجتمعات الغربية على الطرقات وفي وسائل المواصلات وبعيدا عن وسائل الإعلام الألكترونية، أبقى مساحة للصحافة الورقية ، التي عاد الاهتمام اليها وبدأ الاستفادة من ظاهرة الصحافة المجانية كونها لم تؤد إلى تراجع الصحف المباعة فقط وإنما إلى زيادة اعداد وشرائح كبيرة من القراء.

كما ان الايجابي في اعتماد الصحافة المجانية على الإعلانات وليس على المبيع من الصحف ، هو أنها تزيد فعلا من شريحة القراء بين من لم يكونوا يهتمون أصلا بقراءة الصحف.

إن اعتبار الصحف المجانية احد هذه الاتجاهات الحديثة في الصحافة العالمية والتي تؤثر على مختلف جوانب العمل المهني للصحافة لأن هذه الصحف (المجانية)هي في تطور وتوسع وتنام مستمر" فبينما كانت أعداد الصحف المجانية عام 2000م اربعين صحيفة، وصلت في عام 2005م الى أكثر من مائة صحيفة. كما أن ارقام توزيع هذه الصحف قد ارتفعت من ثمانية ملايين الى ثلاثة وعشرين مليون نسخة خلال ذات الفترة (2000- 2005م). وتشير الإحصاءات في كثير من أسواق العالم الكبرى الى توفر صحف مجانية فيها ، وفي دول اوربية مثل اسبانيا والبرتغال والدانمارك وسويسرا واليونان وايطاليا والمجر والتشيك وايسلندا ودول آسيوية مثل سنغافورة تمثل الصحف المجانية 20٪ فأكثر من مجمل الصحف الصادرة في تلك البلدان " (القرني ،لات، ص18).التي تعتبر الصحف المجانية احد ابرز المعالم والظواهر التي تسترعي الانتباه، نظرا للإعداد والأنواع والطبعات العديدة منها والتي لم تعد مقتصرة على الصدور في المدن الكبرى أو العاصمة فقط وانما اصبحت تطبع طبعات محلية للمدن الصغيرة والبعيدة على حد سواء

كما ان البعض الآخر مثل الكاتب (إيناسوراموناا) قد اشار في دراسة نشرتها مجلة "لوموند دبلوماتيك" إلى " ظاهرة بدأت تجتاح أوروبا بشكل كبير جداً الآن وهي ظاهرة الصحف المجانية "(منصور ، 2003 ، مستقبل الصحافة العربية في ظل انتشار الفضائيات) .

حيث أصبحت الصحف المجانية الموجودة في الدول الأوروبية ظاهرة معروفة ومهمة في السوق ، و بدأت تجذب أو تأخذ شريحة من إعلانات الصحف المهمة والصحف الكبيرة وربما أيضاً تؤثر على توزيعها ، خصوصا وان هذه الظاهرة قد فرضت طغيانها في الغرب واصبحت " نسبة المادة التحريرية في هذه الصحف تصل في بعض منها إلى 35 و40 و50٪ من المواد والاحتياجات الأساسية التي يحتاجها القارئ، والتي ربما يجدها بشكل افضل واحسن في الصحف المجانية " .

كما ان تناول موضوع الصحف المجانية يتم بأعتبارها صحفاً تصدر وفق المفاهيم والاعراف المنهجية في عالم الصحافة ،أي انها ليست منشوراً اعلانياً او دعائياً للصحيفة او الشركة او منتوجاً معيناً من المنتوجات التي تصدرها المؤسسة التجارية او الاعلامية .

ان هذه الصحف تبرز اهميتها من اهمية الصحافة في هذه المجتمعات بشكل عام لأن الصحافة في هذه الدول " تمثل السلطة الرابعة في الدولة بعد السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية كأكبر دليل على عظم مكانتها وعمق نفوذها بين الناس وشدة تأثيرها في المجتمعات " وهو ما موجود في الدول الغربية التي انتشرت فيها هذه الصحف . إن الصحف المجانية هي صحف ورقية تصدر بشكل دوري ومتسلسل أي انها صحف تصدر بمرجعية عالية من مؤسسات ذات ثقل مهني كبير وتحظى بتقدير وانتشار واسعين بين جمهور كبير يصل تعداده الى عشرات الملايين ، وهي " وسيلة من وسائل الاعلام والاتصال

بالجماهير تتميز بكونها دورية مطبوعة تصدر من عدة نسخ الا ان كلا له هويته الخاصة التي تميزه عن غيره من وسائل الاعلام تظهر بشكل منتظم في مواعيد ثابته متقاربة او متباعدة ".

لقد اوجد الحال الذي صنعته هذه الصحف ان المواطن العادي او القارئ بشكل عام اصبح مهتما بها وبالمواضيع والامور التي تنشرها ، أي انها اصبحت احد اهم اهتماماته التي وجد فيها جدولاً حيث " تعد الجداول من افضل السبل لتلخيص كمية كبيرة من المعلومات في اصغر مساحة مقروءة محددة . لذلك تنظم الجداول بطريقة مفهومة بحيث يستطيع القارئ استيعابها بسهولة "

وعرضا جذابا ملونا وواسعا بكل ما يهمه ، أو لايهمه من الاخبار والنشاطات والفعاليات والمواعيد ونشرات الاحوال الجوية وغيرها مع مجموعة كبيرة من المعلومات والاعلانات المطروحة امامه والمقدمة اليه لتسملها والتقاطها في اول مكان عام او محطة او سوق يرتاده ، الى الحد الذي اصبحت فيه هذه الصحف (المجانية) مهمة ومطلوبة من قبل المواطن (القارئ) والذي ينظر اليها بأعتبارها البوصلة او المرشد والدليل الذي يدله على الطريق الذي يريد الوصول اليه والتعرف على السلع والخدمات التي يريدها واماكن وجودها بكل سهولة ويسر بل وتعدى الامر لتصبح احد معالم المدن الكبيرة والصغيرة التي وجدت من خلال الاقبال والنجاحات الكبيرة لهذه الصحف ما شجعها على اصدار عدة طبعات من الصحيفة الواحدة في الدولة الواحدة .

كما ان بعض الاخبار التي تنشر في الصحف المجانية مثل صحيفة ميترو تنفرد بها و تحقق سبقاً صحفياً عن غيرها من الصحف الكبيرة والتقليدية التي يتطلب قراءتها شراءها ودفع نقود عنها وهو ما جعل هذه الصحف (المجانية) تنافس او تسبق حتى الصحف التقليدية .

ان حاجة الناس الى الصحف تتنامى وتكبر وقد اصبحت الحاجة بشكل خاص الى الصحيفة المطبوعة مهمة بعد ان توسعت وتعددت المهام والوظائف التي يقوم بها الاعلام في حياتنا المعاصرة .

وتزداد اهمية الصحف كلما اقتربت من اهتمامات وحياة المواطن واخبار المكان الذي يعيش فيه ، وبما يدفع الى الاهتمام بزيادة الاخبار المحلية فيها ، كما ان السياسات الاعلامية والتحريرية في الصحف اصبحت تهتم وتنظم خططها واحوالها حسب الطلب وحسب الحاجة التي يجب ان توفرها او تلبيها الصحيفة ، فلم يعد كل شئ موجوداً في الصحيفة بل يحتاج القارئ هذه الايام الى مايشبه الملخص او المختصر المفيد من كل الاخبار البعيدة والقريبة وعلى التركيز اكثر واكثر على الاخبار المحلية التي يتأثر بها القارئ في المحيط المكاني الموجود فيه لقد كان الخبر البعيد فيما مضى من الزمن مكسبا لاي صحيفة قبل عشرين او ثلاثين سنة لكنه لم يعد كذلك اليوم ، فالمهم هو الاخبار المحلية التي قد تتقدم او تنشر بحجم ومكان اكبر واهم مما تنشر به الاخبار الدولية.

وهذا واضح بشكل كبير في مضامين معظم الصحف المجانية في العالم لان السياسة التحريرية فيها اصبحت اكثر انفتاحا وتقبلا لنشر ما هو محلي وقريب من اهتمامات وحياة القارئ.

كما ان أي ادارة تحرير في أي صحيفة تشعر بالتهديد على مكانتها ومستوى توزيع صحفها اذا لم تتخذ التدابير والاجراءات التي من شانها ان تعدل من خط ومواد الصحيفة لانه اذا لم تعدل شيئاً من موادها التحريرية فان غيرها سيفعل ، كما ان تناول الاخبار المحلية اصبح مطلوبا من مختلف وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ومن المهم للصحيفة المجانية ان تتفرد في طريقة تقديم هذه الاخبار والمعلومات

وعرضها باعتبارها مجموعة من الصحف اليومية توزع مجانا وتصدر بصورة مستقلة او عن طريق صحف معروفة تصدر صحيفة مجانية الى جانب الصحيفة التقليدية.

اولاً : تجربة صحيفة مترو انترناشونال

ان دراسة وعرض تجربة صحيفة مترو المجانية يمثل تاريخ الصحافة المجانية في العالم ، فهذه الصحيفة اليومية المجانية " تعتبر اول صحيفة مجانية صدرت في العالم " ، وقد صدرت في العاصمة السويدية (استكهولم) سنة 1995 وهي أفضل نموذج نجاح يجسد أهمية الاتجاه نحو الصحافة المجانية في العالم. وقد وصلت أرقام توزيع هذه الصحيفة الى زهاء ستة ملايين نسخة لتضعها في المرتبة الثالثة بين صحف العالم فيما يخص أرقام التوزيع.

وتأتي مترو ثالثا بعد صحيفتين يابانيتين هما صحيفة يوميوري وصحيفة اساهي، اللتان توزع كل منهما أكثر من عشرة ملايين نسخة يوميا.

" ومن المهم الإشارة الى أن صحيفة مترو هي نموذج فريد بتوزيعها القاري وليس التوزيع داخل دولة واحدة، فهي صحيفة يومية توزع ستة ملايين نسخة، ولكن يقرؤها 17 مليون قارئ،ولديها 57 طبعة توزع في 81 مدينة في 18 دولة ".

ان نجاح صحيفة الميترو امتد الى دول ومناطق عديدة في العالم ، وهو يزيد من نجاحات الصحف المجانية ويوسع النطاق الجغرافي الى دول ومناطق واسعة من العالم ، " ففي سويسرا استطاعت إحدى الصحف المجانية – إحدى طبعات صحيفة مترو – وتسمى 20 Minuten أن تتخطى في أرقام توزيعها الصحيفة الأكثر انتشارا في سويسرا Blick حيث قاربت الصحيفة المجانية من رقم المليون نسخة

بعدما أضافت بعض الطبعات الجديدة في بعض المدن السويسرية الجديدة.

وفي خطوة تنافسية مع صحف مجانية قائمة ستطلق إحدى دور النشر الإسبانية Recoletos صحيفة جديدة بمسمى كيو Que ستنافس بها صحيفتين مجانيتين قائمتين هما مترو Metro وعشرون دقيقة 20 Minutos ".

كما ان هذه الصحف قد سعت الى جذب القراء من خلال اسلوب ونمط جديد يمنحها تميزا ومقروئية اكبر ، ومن خلال الصحيفة الجديدة تميزها هو وجود نسخة الكترونية لها تعنى بالتفاعل مع القارئ ، وخاصة شرائح الشباب منهم ، كما يمكن للقراء من خلال الموقع الالكتروني لهذه الصحيفة نشر الصفحات والمدونات الشخصية فيها .
" وفي تحليل لأحد مسؤولي صحيفة ميترو ومركزها السويد ، قال رئيسها التنفيذي تورنبرج إن الصحف المجانية لن تمثل تهديدا خطيرا على الصحف المدفوعة ، ولكن هذه الظاهرة ستفرض على الصحف المدفوعة أن تتكيف مع الأوضاع الجديدة. وتوقع تورنبرج أن الصحف المدفوعة سيكون جل تركيزها وقوتها في ايام العطل الأسبوعية نظرا لأن الصحف المجانية لا تصدر خلال هذه الأيام. وشبه ما يدور حاليا من حمى المنافسة بين الصحف المجانية والصحف المدفوعة ما كان يدور من عراك ومنافسة بين التلفزيون المجاني والتلفزيون المدفوع في كثير من المجتمعات العالمية ".

إن توسع وازدياد اعداد الصحف المجانية يزداد في الدول والمجتمعات التي تملك حرية التعبير وتسود فيها حرية الاعلام بشكل حقيقي واقعي لانه يتبين من خلال الواقع الموجود لهذه الصحف انه "

يزداد الاهتمام بالشؤون الصحفية في العالم يوما بعد يوم خصوصاً في البلاد التي تملك التعبير عن الواقع بحرية أكبر" .

والصحف المجانية هي افضل ما يعبر ويصور واقع الناس وحياتهم ومسيرة رغباتهم وطلباتهم واستهلاكهم الذي يتأثر ويسير بشكل كبير حسب مسيرة وفاعلية الاعلان في هذه الدول ، حيث أصبح الاعلان هو الممول والمحرك الاساسي لمعظم وسائل الاعلام التي هي بدورها تلعب دورا كبيرا في المجتمعات الغربية والتي " لوسائل الاعلام دور في بناء المجتمع الحديث وفي الحفاظ على استمراريته " .

ظهرت صحيفة مترو المجانية اول مرة عام 1995 في مدينة استوكهولم السويدية واخذت تسميتها (مترو) من وسيلة النقل المعروفة (مترو) لان هذه التسمية مستلة من مكان توزيعها وهو داخل المترو وقد تعدى توزيعها بعد فترة قصيرة الى 600 الف نسخة .

وكان مضمون الصحيفة بسيطا ميالا الى الخفة والرشاقة في ايصال الخبر مع بعض المقالات والكلمات المتقاطعة واستعراضها لبرامج التلفزيون والراديو الى جانب الاعلانات المصورة " وبعد سنتين من ظهور صحيفة المترو اخذت تجني ارباحا من عائداتها الاعلانية توازي اربعة ملايين دولار سنويا "وهو ما شجع القائمين عليها لبحث فكرة نقل التجربة الى عواصم اوربية اخرى فدخلت المترو الى بريطانيا " وخفضت قراء صحف التابلويد بنسبة 4٪ وفي ايطاليا 20 ٪ وفي سويسرا 14٪ .

بدأت صحيفة مترو في لندن عام 2000 كجريدة يومية ملونة توزع مجانا على راكبي قطار الانفاق في لندن وامتد توزيعها ليشمل 13 مدينة بريطانية اخرى وتدريجيا احتلت الصحيفة مكانا متميزا بين باقي الصحف ووصل توزيعا الى 77و933 نسخة يوميا ما جعلها تحتل المركز

الرابع بين اكثر الصحف البريطانية توزيعا وبلغ عدد قرائها بنهاية شهر سبتمبر 2005 زهاء 1,7 مليون قارئ " .

وهي تحمل ذات المحتوى الاخباري لكنها تحمل بعض التغيير الذي يحدث في اقسام المنوعات وقوائم العروض اليومية والافلام في الطبعات الاخرى غير طبعة لندن .ان صحيفة مترو صممت لتقرأ خلال 20 دقيقة وهو وقت مثالي لراكبي المترو وتحتوي الصحيفة على مواد تحريرية تشمل الاخبار السياسية المحلية والعلمية والصحيفة لها موقف مستقل ولا تحمل أي توجه سياسي على عكس الصحف الاخرى كما تضم باقي اقسام الصحيفة مزيجا من اخبار السياحة والديكور والصحة وكذلك تغطية شاملة للاحداث الثقافية والفنية .

كما ان صحيفة الميترو موجهة الى فئة الشباب الذين لا يقرأون الجرائد اليومية اما لضيق الوقت او عدم الاهتمام ، " وحسب دراسة قامت بها صحيفة مترو في لندن لنوعية قرائها فان القراء هم العاملون الذين يستخدمون القطارات في كل صباح للذهاب الى اعمالهم وهم عادة لا يتابعون أي جريدة اخرى وذلك ما يجعلهم هدفا للمعلنين ، وتضيف الدراسة انهم من مرتادي أماكن الترفيه كدور السينما والمطاعم وتعتمد الجريدة على الاعلانات كمصدر للدخل فقراؤها هدف خصب للمعلنين فهم يقرأون المترو في بداية اليوم قبل ان يندمجوا في اعمالهم " .

ان الخدمة الصحفية الشاملة التي تقدمها صحيفة المترو هي خدمة تخاطب جميع الشرائح الاجتماعية بحيث يمكن ان تصبح ملبية لرغبات ومتطلبات المواطن وبذات الوقت تحقق الربح من خلال الاعلانات التي توفر لها التمويل اللازم لاستمرارها وديمومتها .

كما ان دخول القطاع الخاص في الاعلام وتراجع الدولة في المجتمعات الغربية والديمقراطية عن ذلك ونجاحه قد ساعد في ان يتولى مهمة الاعلام على حساسيتها واهميتها بدون ان تتعرض صناعة الرأي العام الى الخلل ، وساعد في تطور الصحافة ووسائل الاعلام الاخرى التي اقيمت على قاعدة جديدة في العمل وفي الاستثمار الاعلامي ، كما ان الصحافة اضحت صناعة ثقيلة معقدة محكومة لكل الضوابط الصناعية في التنافس والجودة والاحتكام لقوانين السوق ، بدون حماية حكومية حتى " ان اصدار أي صحيفة يومية جديدة اصبح مثقلا بالتحديات والمخاطرالمهنية والاستثمارية فالجديد بسوق الاعلام لابد وان يكون اكثر مهنية وبالتالي اعلى كلفة وهي مسائل اصبحت تحتاج لدراسات وتجارب مرهقة ".

فكل صحيفة اصبحت في منافسة وسباق من اجل البقاء والاستمرار مع صحف اخرى ولا بد لها من تطوير نفسها من خلال الملاحق اليومية المتخصصة في الكومبيوتر والسيارات وغيرها من المواضيع التي تجلب المستهلك (القارئ) وتشجع الاستثمار فيها من خلال توظيف رؤوس الاموال الضخمة والاسهم التي تمثلها الصحف الكبرى في الاسواق المالية ، وفرضت على الصحف مهمة تدريب وخلق كوادرصحفية و مهنية متخصصة .

كما فرضت على الساحة الاعلامية نوعاً من السباق يجري رصده وتوثيقه وجعلت من الاقتصاد والاعمال والمستهلك جزءا ضروريا من مكونات الخدمة الاعلامية اليومية فاضيفت للصحافة السياسية التقليدية ابواب لم يعد بأمكان أي صحيفة ان تتجاهلها وصار واجبا عليها " (ان تبدو الصحيفة جذّابة ومنافسة وتلبي احتياجات القارئ وترضي طموحاته " .

ان ضخامة التكاليف المالية للمؤسسات الصحفية بما يلزمها من التكاليف الكبيرة للانتاج ، قد اثرت على طبيعة العمل في المؤسسات الصحفية اكثر من غيرها من المؤسسات الصناعية و بات استخدام الاساليب الحديثة والتكنولوجيا الجديدة في الصحافة شرطا اساسيا لنجاحها او حتى حياتها ، وتعكس التطورات التي يشهدها انتاج الصحف التوسع في المعرفة وحاجة الافراد والجماعات للاتصال بين بعضهم البعض ضرورة وجود الصحافة المتطورة التي تهتم بالمضمون والشكل القائم على مساحة واسعة من التحديث والتبويب والخدمة التنافسية التي تعطي للصحيفة والمعلومة التي تقدمها مساحة واسعة من القراءة والطلب عليها من القارئ والمعلن على حد سواء.

ثانياً : انواع الصحف المجانية :

تتعدد الصحف المجانية في العالم وتتنوع باختلاف الدول والمجتمعات والمؤسسات والشركات التي تقوم باصدار هذه الصحف .

والتي يمكن تصنيفها الى الانواع الآتية :

1ـ الصحف المجانية اليومية :

وهي صحف يومية تصدر بشكل مطبوع وبشكل دوري وتأخذ ارقاما واعدادا متسلسلة ، وتصدر مئات الصحف المجانية في العالم هذه الايام. والصحف المجانية اليومية تصدر ايضا بنوعين معروفين في الدول الاوربية:

أـ الصحف المجانية الصباحية :

وهي تصدر بذات الاوقات التي تصدر بها الصحف التقليدية الصباحية وتوزع على القراء في محطات القطارات والمواقف العامة والباصات اثناء ذهاب الناس الى اعمالهم والتحاقهم باشغالهم مثل صحيفة ميترو الدولية .

" وتستغل بعض الصحف المجانية تأخر وقت طباعتها لتحقيق اكثر من سبق صحفي لان باقي الصحف تطبع في وقت مبكر جدا ، مثل صحيفة ستي أي ام المجانية City AM وهي توزع يوميا في المطارات ومحطات المترو والمراكز التجارية بين الساعة السادسة والعاشرة صباحا وتغطي اخبار الاقتصاد وتمكن القراء من الاطلاع على كل الاخبار المهمة ".

بـ صحف مجانية مسائية :

وهي تصدر بطبعات مسائية بعد الظهر او في الساعة الخامسة او السادسة مساء ، وهي تستفيد من فرصة تأخر صدورها في متابعة الاخبار والاحداث التي حدثت بعد صدور الطبعات الصباحية والى تزويد القراء الذين تصل اليهم وهم في طريق العودة من العمل الى البيت .

2.الصحف المجانية الاسبوعية :

وهي صحف اسبوعية تصدر بشكل مطبوع ودوري وتأخذ ارقاما واعدادا متسلسلة.

3. الصحف المجانية الشهرية او الفصلية او غير المحددة بزمن او وقت معين :

وهي صحف تصل اعدادها بالمئات في الكثير من المدن والقرى والجمعيات والشركات والمدارس ونوادي الرياضة وهذه الصحف والمنشورات تصدر عن جمعيات تهتم بأبسط الامور وأكبرها بالنسبة للانسان وهواياته واهتماماته ورغباته التي هي منظمة ومشكلة حسب القوانين السائدة التي لا تميز بين مواطن وآخر فكل انسان له الحق في تشكيل أي جمعية ، اذا كان يرغب في التعرف على أناسٍ آخرين فيمكنه المشاركة في حياة الجمعيات كوسيلة جيدة لذلك ويقوم بأصدار جريدة او منشور للتعريف ومتابعة النشاطات والفعاليات التي يقوم بها فهناك صحف ومجلات لاصحاب هوايات الصيد والسباحة والتصوير والسفر وتربية النحل والنوادي والجمعيات الجنسية والاثنية

والقوميات واللغات المتعددة التي تعيش في الدول التي تنتشر فيها الصحف المجانية .

4- **الصحف المجانية اليومية او الاسبوعية او الشهرية او الفصلية**

والتي تصدر في مناسبات واوقات متعددة ومختلفة خاصة بمناسبات وايام هي محل اعتبار واحتفال لدى مجموعة كبيرة او صغيرة من افراد المجتمع ، او تصدر بمناسبات تمثل اياما للاحتفال بمناسبات عالمية او وطنية محلية خاصة بالعالم مثل (اليوم العالمي للسلام او اليوم العالمي للايدز وغيرها) او اياما خاصة مثل عيد الدستور في الدنمارك او خاصة بمدن صغيرة تحتفل باشخاص مشهورين ولدوا فيها مثل احتفال مدينة اودينسة بيوم ميلاد الكاتب هانس كريستيان اندرسن .

فضلاً عن ان هذا النوع من الصحف (الصحف المجانية) فقد اصبحت وسيلة اعلامية مهمة في المجتمع بما توفره من فرص التعرف على ما يجري في المجتمع والنشاطات والفعاليات والامكانيات الموجودة فيه وبما تقدمه من مواد صحفية تزيد من معارف ومعلومات ومدارك القراء .

وتعتمد الصحافة المجانية بصورة عامة على الصور والرسوم التي ينظر اليها على انها لغة بصرية غير لفظية تشرح الموضوع وتوضح الحدث او الواقعة او المشهد الذي يراد تقديمه للقارئ بشكل سريع والمعلومات التي تقدمه بشكل تعبيري مصور وجذاب وجميل وملون ومفضل ومطلوب من عامة القراء الذين اصبح القالب التحريري للصحافة المجانية مناسبا ومفضلا لديهم .

ويلعب الشكل الذي تقدم به الصحافة دوره في خلق التواصل والقبول من القراء لهذه الصحف وتحقق لهم المتعة والفائدة والاعلام بما يجري بينهم وحولهم الى جانب مهمة الاعلان عن السلع والبضائع

والخدمات التي تهم الجمهوروالتي تشارك جميعها في طريقة تقديم المعلومات وعرض الافكار والاعلانات والمواد المنشورة فيها .

ثالثاً : دور الصحافة المجانية في الاعلام

يتعاظم ويكبر دور الصحافة المجانية في الاعلام المعاصر باتساعها وانتشارها الكبير ، ويتمثل دور الصحافة المجانية في بذل الجهد المتواصل لاعلام الجمهور وزيادة وعيه بالمنطقة او المجال الذي يعيش فيه حيث ارتبطت الصحافة المجانية في الدول التي انتشرت فيها بمفهوم الاعلام المحلي " الذي يحيط الناس علماً بما يدور في مجتمعهم الصغير، ليست فكرة حديثة او وليدة هذا العصر، وانما فكرة قديمة قدم الانسان نفسه ، عندما بدأ يتصل بالآخرين في تجمعات سكنية يزداد حجمها يوما بعد يوم " (عمر ، 2002 ، ص187).

فالاعلام المحلي هو اعلام لا يتجه الى معالجة قضايا مركزية او دولية ، وانما تنصب اهتماماته على تناول الاخبار والموضوعات والقضايا ذات الطابع المحلي . وهو ان اتجه الى تناول قضايا مركزية او دولية ، انما تنصب اهتماماته على تناول الاخبار والموضوعات والقضايا ذات الطابع المحلي . وان اتجه الى تناول قضايا ذات طابع وطني او قومي ، فانما يتناولها من زاوية ارتباطها بالمجال المحلي الذي تصدر فيه او ينتشر في اطاره ..فهو اعلام يتناول قضايا ، ويعكس احداثاً محلية محددة باطار جغرافي معين ، ويخاطب جمهورا يعيش داخل هذا الاطار ، وبذلك فان الاعلام المحلي اعلام متخصص في مضمونه وتوزيعه وانتشاره في اطار جغرافي معين حتى وان حمل بعض صفات الاعلام المركزي في تقنياته ومضمونه وتنوعه .

كما " يتيح الاعلام المحلي بجهوده المنصبة في احاطة الناس علماً بما يدور في مجتمعه الصغير ، .وتسليط الضوء على القضايا والموضوعات التي تحتاج الى اهتمام ودعم الاجهزة المحلية والمركزية " (عمر ، 2002 ، ص 188) .

والاعلام المحلي يهتم اولا واساسا بالخبر المحلي الذي هو " كل خبر يهم القارئ معرفته من شؤون بلده وقومه وأهله ، سواء كان بسيطا عاديا مثل هطول الامطار في العاصمة او المحافظات ... ام كان خطيرا مثل استقالة رئيس الجمهورية اور ئيس الحكومة او ماشابه من الاخبار الخطيرة المثيرة " .

وهكذا اصبحت للصحف المجانية عشرات الطبعات داخل البلد الواحد حيث يوجد قالب او نموذج عام للصحيفة باخبار ومواضيع عامة مشتركة بين الطبعات وتترك صفحات واماكن خاصة في الصفحة الاولى والصفحات الاخرى لنشر الاخبار والمواضيع المحلية والتي تهم سكان وقراء الصحيفة الذين تتوجه اليهم الصحيفة المجانية .

رابعاً : توزيع الصحف المجانية :

يتميز توزيع الصحف المجانية بكونه توزيعا يحاول الوصول الى القارئ في أي مكان وزمان يوجد فيه ويوصل اليه الصحيفة دون مقابل مادي ، وهو بذلك يختلف عن توزيع الصحف العادية التي تاخذ صور الاشتراك فيها من قبل القراء او البيع المباشر في المكتبات واماكن التسوق وغيرها من طرق التوزيع .

ان الصحف المجانية تعتمد عدة طرق (انماط) من التوزيع اهمها :

1ـ النمط الاول :

" التوزيع اليدوي في المترو والمطارات الخ ".

وهو التوزيع المباشرمن قبل موزعين ينتشرون بالاماكن العامة ومحطات المترو يقومون بعرض الصحيفة وتسليمها لمن يتقبلها مع الابتسامة وعبارات التحية .

2ـالنمط الثاني :

توزيع " يستهدف المنازل " (موقع صحيفة nyhdavisen نيهذه افيسن الدنماركية) وتحديدا اصحاب الدخول المرتفعة في انواع من الصحف المجانية المتخصصة بالعقارات او الاقتصاد .

3ـالنمط الثالث :

توزيع " يستهدف الاعتبار الشخصي للقارئ بتوزيعها على رجال الاعمال والسياسيين وكبار موظفي الشركات والمؤسسات العامة والخاصة عن طريق ارسالها على عناوينهم البريدية الشخصية ".

4ـالنمط الرابع :

عن طريق " الصناديق التي توضع بداخلها الاعداد اليومية من الصحف المجانية في الاماكن العامة والمهمة التي يرتادها عدد كبير من الناس " (موقع جريدة metroxpress ميترو اكسبريس الدنماركية على شبكة الانترنت) بحيث يستطيع اي شخص ان يمد يده ويأخذ الجرية التي يريدها حتى اذا لم تنجح الطرق السابقة في التوزيع ان توصل الصحيفة اليه .

وتحاول بعض الصحف المجانية ان تتبع بعض او كل طرق وانماط التوزيع السابقة وذلك لغرض الوصول الى اكبر عدد من القراء وفي اكثر من مكان من محطة القطار وموقع العمل او البيت او الشارع الذي يمر فيه او صندوق البريد الخاص بكل بيت من اجل تزويد القارئ بوجبة صحفية من الاخبار والمواد والتقارير والتحقيقات المتضمنة

مجموعـة مـن الاعلانـات والاعلامـات الـتي يحتاجهـا او لايحتاجهـا في المكان والزمان الذي تصل اليه .

وقد ادت انماط التوزيع المتعددة والمتنوعة في الصحف المجانية الى ان تنمو وتتطور بسرعة كبيرة بعد ان تمكنت من الاستئثار بعـدد كـبير مـن القـراء والمعلـنين، ممـا سـاعدها في تحقيـق عوائـد ضـخمة بعـد " أن رسمـت خطتهـا الناجحـة الـتي تعتمـد علـى التوزيـع النشـيط في كافـة الأمـاكن العموميـة " (عضـيمة ، (2008) الصـحف المجانيـة - موقـع صحيفة الاتحاد الاماراتية) والاماكن التي لا يصل اليها او لا يمتـد اليهـا توزيع الصحف العادية (التقليدية) .

خامساً : نشوء وتطـور الصحافة المجانية في بعض دول العالم

1ـ نشوء الصحافة المجانية في السويد

تعتبر السويد اول دولة في العالم ظهرت فيهـا اول صـحيفة مجانيـة في عام 1995 ، وهـي صـحيفة (مترو) أوسـع الصـحف اليوميـة انتشـارا في السويد " والتي يقرأها اكثر من مليون قارئ يومياً " (موقع جريدة مترو السويدية على شبكة الانترنت) وهي صحيفة مستقلة تقدم للقراء تغطية واسعة وسريعة لأهم الاحداث الرئيسية في المدينة والدولة والعالم .

ويـرتبط نشـوء وتطـور الصـحافة بشـكل عـام بالحريـة في التعـبير والانظمة الديمقراطية التي تكفل الحريات وتشجع الابداع لـدى الانسـان ، كما ان ولادة وتطور الصحف المجانية في السويد وامتدادها الى اوربا وبقيـة انحـاء العـالم لأن " ان حريـة الصـحافة في المجتمعـات الغربيـة واضـحة في حـق الافـراد في التعـبير عـن آرائهـم وعقائـدهم بواسـطة المطبوعـات بمختلـف اشـكالها مجلـة او جريـدة او اعـلان " (الـدليمي ، 2004، ص 78) .

والسويد هي من الدول الديمقراطية في العالم التي ترعى حقوق الانسان وتحرص على ضرورة تمتعه بجميع الحقوق التي نصت عليها الاتفاقات والمواثيق الدولية واهمها حرية الراي والتعبير والصحافة والاعلام ، " وهي جزء من العالم الغربي وتشكل مع الدنمارك والنرويج ما يعرف بالدول الاسكند نافية " (مرحبا في الدنمارك ، 1984 ، ص11) . وهي مجموعة الدول المعروفة على نطاق العالم باحترامها لحقوق الانسان ومراعاة حقوقه وحرياته السياسية ، والصحافة فيها متقدمة ومتطورة و تمارس دورا مهما وكبيرا ، وذلك لان " الصحافة لم يبدأ نموها الحقيقي الا بعد ان نمت النظم الديمقراطية " (حمزة ، 2003 ، ص 210) .

كما تسود في هذه الدول ويقوم نظامها الاعلامي والسياسي على نظرية الحرية والفلسفة الديمقراطية ومشاركة الشعب والاهتمام بارائه وتطلعاته في مجالات الحياة والفكر من اجل سعادة ورفاهية الناس حيث " ركزت نظرية الحرية على اسعاد الفرد في المجتمع والترفيه عنه ، وترى ان هذه الغاية الاولى والاخيرة من وجود المجتمع " (نصار، 2004، ص133).

ان الصحافة في السويد وفي اغلب الدول الديمقراطية تمارس دورا كبيرا وفعالا في حياة الناس وهي فعلا سلطة رابعة تعمل جنبا الى جنب السلطات الثلاث المعروفة التشريعية والتنفيذية والقضائية وهي تكتب وتنشر وتبحث وتحاول ان تقدم كل ما تجده جديرا بالنشر ، كما ان الصحافة في هذه البلاد " لا تكتب الصحافة عن النجاحات فقط ، بل تتناول ايضا كل المسائل الاقتصادية الشائكة والسياسية والحياة الاجتماعية للبلد ، ويأخذ نقد الظواهر السلبية والفساد والجرائم

الاقتصادية امكنة بارزة في الصحافة .وصعوبات البناء والتعليم وحل ازمة السكن " (الرمحين ، 2001 ، ص 98).

ان الديمقراطية الحقيقية التي يتمتع بها المجتمع السويدي والنمو والرفاه الاقتصادي الذي يتمتع به هذا البلد هما السبب الرئيس الذي جعل الصحف المجانية تبدأ مسيرتها الاولى في العالم من السويد " فلوسائل الإعلام أهمية كبيرة بالنسبة للديمقراطية الفعّالة ، فمن بين مهماتها تقديم المعلومات عن الأمور التي تجري في المجتمع . (السوداني ، 2008 ، ص 7) .

وحرية التعبير عن الرأي والأفكار والمشاعر محمية لجميع المواطنين السويديين والأجانب، وتقوم الصحافة بالتدقيق على المسؤولين ومراقبتهم، كما يمنع القانون السويدي جميع أشكال الرقابة على المطبوعات ويوفر لجميع المواطنين حق إصدار المطبوعات.

كما ساعدت " الهيكلية القانونية للاعلام السويدي والتي يضمن فيها القانون السويدي حق التعبيرعن الآراء ، بالقول والكتابة ، لكافة المواطنين " (السوداني ، 2008 ، ص 9).

ويعاقب كل ما يحد ، أفراداً ومؤسسات، من حرية المواطنين في التعبير عن آرائهم ، كما يضمن القانون حرية وصول المعلومات إلى جميع المواطنين، ويعاقب من يعرقل حرية وصول المعلومات.

لقد كان الدور الكبير الذي تقوم به الصحافة والحماية القانونية لها والتطور الاقتصادي وازدهار الصناعة والتجارة في السويد وروح المغامرة لدى صحفيين سويديين ، استطاعا الاتفاق مع ممول مغامر على فكرة اصدار اول صحيفة مجانية في العالم عام 1995 والتي ظهرت اول مرة واخذت تسميتها من المكان الذي ظهرت فيه وهو مترو العاصمة السويدية (استوكهولم).

وهكذا تم التركيز على دور الصحافة المهم في مجال الإعلان والدعاية للسلع والبضائع والمنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات والمؤسسات التي وجدت في مثل هذه الصحافة وسيلة مثلى للوصول الى المستهلك وهو ما يوافق وظائف الصحافة المهمة في الدول والمجتمعات الغربية والتي " تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ...الخ" (الموسوي، محمد جاسم (2008)). وهكذا نمت وتوسعت الصحافة ووسائل الإعلام واستطاعت على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بكل ما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام .

وقد " بدأت صحيفة مترو عام 1995 " (موقع جريدة مترو السويدية على شبكة الانترنت) وهي تعتبر اول صحيفة مجانية في السويد وفي العالم حيث بدأت في العاصمة السويدية استوكهولم ، ثم توسعت عام 1998 الى مدينة غوتنبرغ وعام 1999 الى مدينة مالمو .

وبعد هذه الطبعات الثلاث اصبحت ثاني صحيفة من حيث الطلب والقراءة في المكان الذي تنشر فيه ، وهو ما توسع عاما بعد عام وفي عام 2004 بدات طبعات جديدة من مترو في سائر انحاء السويد . وتوزع اليوم في 75 طبعة محلية في اغلب المدن السويدية .

ونشرت صحيفة المترو على شبكة الانترنت عام 1996 ، ثم اصبحت بشكل موقع اخباري واسع عام 2006.

المـواد الـتي تنشـر في مـترو يمكـن قراءتهـا والاطـلاع عليهـا في متوسط قـراءة لمدة عشـرين دقيقـة ومـن خـلال أي طبعـة مـن طبعـات مترو يمكـن ان يطلـع القـارئ علـى كـل مـا يهمـه مـن الاخبـار والمواضـيع الـتي تنشـر مواضيعها الرئيسـة في كـل الطبعـات مـع الاحتفـاظ في كـل طبعـة محليـة بمواضـيع واخبـار تخـص المدينـة والمنطقـة الـتي تطبـع وتـوزع فيهـا الجريدة . وهـي توفر مادة صحفية غنية ومسلية ومقبولة من شرائح واسـعة من القراء فضلاً عن مجموعة مـن الاعلانـات الـتي تهـم القـارئ والمدفوعـة من قبل الشـركات ووكـالات الاعـلان النشيطة في هذا البلد .

وتعتبر صحيفة مترو اليـوم اكـبر جريـدة في العـالم لانهـا تنشـر في 21 واحد وعشرين بلدا وتطبع تسع وستون طبعة في ثلاث وتسعين مدينـة في العـالم ويقرأهـا يوميا اكثر من 20عشرين مليون قارئ.

يتم توزيع هـذه الصـحيفة في محطـات المترو والقطـارات والباصـات في المـدن والمنـاطق الحضـرية والنقـل العـام والـترام والمحـلات والامـاكن العامـة وهـي متاحـة في امـاكن العمـل والسـاحات الرئيسـية والمستشفيات والمكتبات العامة ومراكز التسوق والتقاطعات الرئيسية وهـي مملوكـة لشركة مترو انترناشيونـال الدولية .

كمـا " تعتبر هـذه الصـحيفة المجانيـة أفضـل نمـوذج نجـاح يجسـد أهميـة الاتجـاه نحـو الصـحافة المجانيـة في العـالم " (موقـع جريـدة مـترو السويدية على شبكـة الانترنت) فقد وصلت أرقام توزيـع هـذه الصـحيفة الى ارقام مليونية وهي في توسع وانتشار مستمر يوما بعد يوم .

كمـا تعتبر صحيفة مترو نموذجاً فريداً يتم توزيعهـا علـى القـارئ في دول ومدن عديـدة وليس داخـل الدولـة الواحـدة فقـط ، فهـي صـحيفة يوميـة مجانيـة تحمـل صـفات وخصـائص الصـحافة المحليـة والوطنيـة والدوليـة نظـرا لتوزيعـا وانتشـارها في طبعـات محليـة في المـدن والمنـاطق

الصغيرة وطبعات لمناطق ومدن كبيرة الى طبعات دولية على نطاق العالم كله .

واستطاعت صحيفة مترو ان تأخذ مكانتها ودورها في السويد وفي اماكن كثيرة من العالم انطلاقا من " ان وسائل الاعلام لها تأثير على المجتمع ولها فاعلية سواء سلبية أم ايجابية من خلال ما تقوم به هذه الوسائل من وظائف التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات ، وزيادة المعلومات وتنمية العلاقات البيئية ، وزيادة التعاون الاجتماعي والترفيه ، وتوفير سبل التسلية وقضاء اوقات الفراغ الى جانب الدعاية والاعلانات " (نصار ، 2004، ص9) .

كما ان توسع ونجاح صحيفة المترو قد شجع شركات واشخاصا آخرين على تقليد وتكرار تجربة الصحف المجانية مع تطويرها وتقديمها وبما يلائم المدن والمناطق والمجتمعات التي توزع فيها هذه الصحف والتي يمكننا القول انها بالانتشار الواسع والكبير لها حاليا والمواد والمواضيع الصحفية والتقديم المجاني للناس في مختلف بلدان العالم انما يوافق ويؤكد صواب ونجاح هذه الفكرة وهذا الاتجاه في الصحافة والاعلام وبما يجعله متاحا وممكنا لكل الناس ويقدم لهم مجانا وهو ما يوافق مبادئ وبرامج منظمة الامم المتحدة ومنظماتها التي تسعى من اجل ضمان حرية الاعلام وحق الانسان في الحصول على المعلومات ونشرها لانه " ومنذ السنوات الاولى لقيام منظمة الامم المتحدة ، لم تخرج من برنامجها اليومي مسألة حرية الاعلام وتأثيرها على المجتمع واستخدام تكنلوجيا الاتصال من اجل تحسين حياة الناس ، وامكانية العيش في سلام والحفاظ على ثقافات متفاوته متباينة...فالحق في البحث والحصول على المعلومات ونشر الاخبار والافكار بأية وسيلة تعزز مفهوم حقوق الانسان " (الرمحين ، 2001، ص 9) .

وصف صحيفة ميترو

هي " صحيفة يومية مجانية من القطع الصغير (28 سم) تصدر في السويد وتوزع في جميع المناطق وفي الباصات وفي المراكز السكانية وفي جميع المدن السويدية الكبيرة ، وتطبع وتوزع مثلا في مدينة مالمو التي يبلغ نفوسها بحدود 250000 نسمة اقل قليلا من 90 الف نسخة وهي صحيفة مقروءة لغتها بسيطة واخبارها متنوعة وجديدة قصيرة وغير مكثفة أو معقدة " (الجزائري ، صباح) 2006) . عن الإنتخابات السويدية) وتمثل صحيفة مترو افضل واوسع صحيفة مجانية من حيث التوسع والانتشار بين شرائح مختلفة من القراء الذين يتميزون بصفات وميزات خاصة تميزهم عن القارئ الاعتيادي الذي يقوم بطلب وشراء الصحف الاعتيادية التقليدية ،ويقول فابريزيو بيريتي أستاذ الوسائط الإعلامية المتعددة واقتصاديات الترفيه الإعلامي في جامعة بوكوني بمدينة ميلانو الإيطالية " إن الصحف المجانية موجهة في الأساس إلى شريحة من الناس تفضل عادة مشاهدة التلفزيون ولا تقرأ الصحف؛ ومن شأن استقطاب هذه الشريحة الجديدة من القراء وتشجيعها على مطالعة الصحف من خلال التوزيع المجاني، أن يخلق سوقاً رائجة جديدة في قطاع الإعلان الصحفي الذي يشهد تدهوره السريع. كما يمكن لهذا التوجّه أن يعيد هامش الاستقرار لصناعة الصحافة المكتوبة لأنه سيضمن وصول الصحف إلى أيدٍ لم تكن تطالها من قبل"(عضيمة ،(2008). الصحف المجانية) .

وتشير (الرابطة الصحفية العالمية) إلى أن عدد النسخ الصحفية التي توزع مجاناً كل يوم في إيطاليا يبلغ 4,75 ملايين ، مما يجعلها تحتل المرتبة الثانية بعد إسبانيا. وأصبحت النسخة المجانية الخاصة من صحيفة (إيل سول 24 أور) إحدى أشهر الصحف المجانية وأكثرها

توزيعاً في إيطاليا. ويقول مدير توزيعها أليساندرو بومبييري " إنها صحيفة متميزة بمواضيعها الاقتصادية والمالية ودقة معلوماتها وبياناتها. وكانت هذه الميزات مدرجة أصلاً ضمن الخطة المتقنة التي وضعناها نصب أعيننا عندما قررنا دخول سوق الصحافة المجانية " (عضيمة ، 2008 ، مصدر سابق) .

. والصحافة المجانية ليست فكرة محصورة بالطليان وحدهم؛ بل إن أكثر من 42 مليون نسخة يجري توزيعها الآن مجاناً في 53 بلداً في العالم وفقاً لإحصائيات نشرها موقع (بروجيكت فريشيت دوت كوم) على الإنترنت. وهذا الموقع متخصص بإطلاق حملة تثقيفية تهدف إلى التحذير من تزايد كمية الصحف التي تستقبلها كل يوم حاويات النفايات وما ينتج عن حرقها من تأثير ضار على بيئة الأرض. وغالباً ما تكون الصحف المجانية نسخاً خاصة من صحف كبرى إلا أنها تصدر وتوزّع مساء كل يوم " ويبلغ حجم توزيع صحيفة (24 مينوتي) 24 minuti المجانية التي تصدرها صحيفة (إيل سول 24 أور) 200 ألف في ميلانو و250 ألفاً في روما؛ وهي تتفوق في حجم توزيعها على الصحيفة الأم التي يبلغ مجمل توزيعها 347525 نسخة يومياً. ولكنّ الأهم من ذلك هو أن النسخة المجانية تسهم في توسيع القاعدة الإعلانية للصحيفة الأم. وهذا هو الهدف الأساس من انتشار فكرة (خذ ولا تدفع شيئاً) " (عضيمة ، 2008 ، مصدر سابق) . كما ان صحيفة مترو والعديد من الصحف المجانية في العالم وبما تنشره من مقالات ومواضيع مهمة منشورة في صحف اخرى وتحاول تقديمها كلها او مختصرات عنها وبما يزيد من اطلاع القارئ العادي الذي لم يعد يملك الوقت ولا المال الذي يمكنه من الاطلاع على ما تنشره مختلف الصحف والمجلات في عالمنا الواسع هذا ، وهي بهذا الاسلوب تقدم تقليدا صحفيا ظهر في

الولايات المتحدة الامريكية في " 5 شباط 1922 صدر العد الأول من مجلة (ريدرز دايجست) او (المختار) وهو الاسم الذي صدرت به في العالم العربي بعد ذلك ، وكان وراء هذه الفكرة دوايت وليليل ولاس، اللذان قررا اصدار مجلة تتضمن عرضا لأهم ما نشرته الصحف والمجلات الامريكية في مطبوعة واحدة " (العقلا، 2007، ص 38) .

2. نشوء الصحافة المجانية في الدنمارك

تكاد تتشابه الظروف السياسية والقوانين في الدنمارك مع السويد وذلك كونهما تشكلان مع النرويج ما يعرف بالدول الاسكندنافية .

ويضمن القانون حرية الاعلام والصحافة و " يزداد الاهتمام بالشؤون الصحفية في العالم يوما بعد يوم خصوصاً في البلاد التي تملك التعبير عن الواقع بحرية أكبر " (صقر، 1983، ص 80) .

كما ان " حريةُ التفكير والحديث بحرية هي جزءٌ مهمٌّ من الديمقراطية. وهذا الشئ يعبِّر عن نفسه من خلالِ مظاهرعديدة منها الصحافة الحرة ومناقشة الرأي العامِ لقضاياه " (إخوةٌ مواطنون في الدنمارك (2002) ، مصدر سابق) .

كما ان القانون الدنماركي يضمن ويحمي حق التعبير عن الآراء وبكل طرق ووسائل التعبير ولعموم المواطنين ويعاقب كل ما يحد من حرية المواطنين في التعبير عن آرائهم ، كما يضمن القانون حرية وصول المعلومات إلى جميع المواطنين، ويعاقب من يعرقل ذلك ، كما ان " الصحافةُ حرة غير خاضعة للرقابة، إلا أن هنالك أشياءً معينة لا يُسمح بنشرها " (إخوةٌ مواطنون في الدنمارك، 2002) .

فلا يمكن لوسائلِ الإعلامِ مثلاً فضح أسرارِ الدولة أو الإساءة لأشخاص أو إيصال وجهاتِ نظرٍ مهينة، عنصرية أو تمييزية.

وهـذا بـالطبع لا يعـني أن آراءً كهـذه لا يمكـن أن تقـوم وسـائل الإعـلام بمعالجتها ، ولكنه أمرٌ لا بد أن يحصلَ بشكلٍ موضوعيٍّ فقط أو لخلقِ نقاشٍ حوله.

والـدنمارك بلـد متطـور في الصـناعة والزراعـة وفي الصـحافة ووسائل الاعلام التي تشهد كل يوم تطورا وتقدما فيها كما ان التعليم والتدريب في هـذا البلـد يجـري في كـل امـور الحيـاة الصـغيرة والكـبيرة ويحتـاج أي عمـل الى كفـاءة وتعليم وممارسـة وتطبيـق وهـو مـا يجـري في مدارس ومعاهد وكليات الصحافة والاعلام في الدنمارك " لان الصحافة في اواخر هذا القـرن اصبحت فنـا مثل كـل الفنـون الصناعة والتكتيك تعتمد على الخبرة والمهارة والقدرة والمعرفـة والموهبـة والثقافـة " (بليبـل ، 1998، ص12) .

وتمـارس الصـحافة دورا كـبيرا في حيـاة النـاس ويسـتقي معظـم الناس معلوماتهم من وسائل الاعلام ومن الصحف بشكل خاص .

وتنتشر الصحف المجانية في الدنمارك انتشـارا كـبيرا وهـي تنمـو وتتوسـع يومـا بعـد يـوم ولغـرض معرفـة دور الصـحافة المجانيـة والصـحافة بشكل عام ينبغي التعرف على معالم " الخريطـة الاعلاميـة في الـدنمارك الـتي تتـوزع علـى مئـات الصـحف والمجـلات الـتي تصـدر باوقـات وامـاكـن مختلفة الا انه يمكن اجمال وتحديد اهمها كما يأتي :

اولاً: صحف عادية تقليدية عددها 9 صحف على المستوى القومي منها 4 كبرى و3 صغرى متوسط توزيعها القومي 478,000 نسخة وهي

1- صحيفة يولاندز بوستن Jyllands-posten وهي من اهم الصحف في الدنمارك ويبلغ متوسط توزيعها 175,000 نسخة .

وقد اصبحت من اوسع واكثر الصحف انتشارا في العالم بعد تسببها في ما عرف بأزمة الرسوم الكاريكاتورية فقد قامت " في 30 ايلول 2005

قامت صحيفة يولاند بوسطين الدنماركية بنشر اثني عشر رسما كاريكاتوريا للرسول محمد صلى الله عليه وسلم وتم نشرها على خلفية مسابقة نظمتها الجريدة من اجل نشر الرسوم في كتاب اطفال يتحدث بدوره عن الرسول (ص) " (العقلا، 2007، ص 174) .

وهو ما سبب في اكبر ازمة تشهدها الدنمارك في تاريخها وفي علاقاتها مع العالم العربي والاسلامي .

2- صحيفة بوليتكين Politiken

3- صحيفة بيرلينجسك Berlingske

4- صحيفة انفورميشن Information

5- صحيفة كريستلي دي بلاد Kristeligt Dagblad

6- صحيفة اكسترا بلاديت Ekstra Bladet

7- صحيفة بي تي B. T

8- صحيفة ويك اندافيسن Weekendavisen

ثانيا :صحف مجانية اسبوعية

ومن اهم الصحف المجانية الاسبوعية في الدنمارك هي :

1.صحيفة سوندافيسن Søndagavisen

وهي صحيفة مجانية تصدر أيام الاحد وتوزع مجانا على كل البيوت والمكتبات والمدارس في نهاية الاسبوع ، وتصدر بعدة طبعات وحسب المدن والمناطق التي توزع فيها ، "حيث تصدر بمجموعة من الاخبار والصفحات المشتركة بين كل الطبعات مع تميز كل طبعة بمجموعة من المواضيع والاخبار المحلية الخاصة بها " وهي 28 صفحة ملونة الى ان صفحاتها تزداد الى 32 صفحة في الاسبوع الاول من كل شهر كما وتزداد الى صفحات اكثر في حالة وجود اعلانات كثيرة

منشـورة فيهـا (موقـع صـحيفة سوندافيسـن الاسـبوعية المجانيـة الدنماركية)

2 ـ صحيفة اووافيزن Ugeavien

وهي صحيفة مجانية تصدر أيام الاربعاء وتوزع مجانا على كل البيوت والمكتبات والمدارس ،وهي تصدر ايضا مثل صحيفة سوندافيسن Søndagavisen بعدة طبعات في العاصمة وطبعات محلية في المدن الرئيسية " ولها قالب وشكل صحفي يضم المواضيع والاخبار الرئيسية العامة على مستوى الدنمارك وتخصص صفحات ومواضيع خاصة تنشر في الطبعة الخاصة لكل مدينة او منطقة " وهي مكونة من 80 صفحة وتتميز بوجود تسعة نماذج لعنوانها (لوجو الجريدة) وهو بعنوان واحد لكن بتسعة اشكال حسب طبعة كل مدينة او جزيرة تصدر فيها (موقع صحيفة أوو.

أفيسن الاسبوعية المجانية الدنماركية).

ثالثا:صحف يومية مجانية

من اهم الصحف اليومية المجانية الصباحية في الدنمارك :

1- صحيفة ميترو اكسبريسmetroXpress وهي صحيفة يومية مجانية " صدرت في ايلول (سبتمبر) 2001 وهي جزء من أكبر شركة في العالم وهي صحيفة مترو الدولية ، وتنشر يوميا 250,000نسخة ويقرأها اكثر من 500,000 قارئي يوميا " (موقع صحيفة مترو الدنماركية على شبكة الانترنت) وهو رقم كبير وضخم قياسا مع حجم السكان في الدنمارك الذي لا يزيد على 5 ملايين وربع مليون نسمة وقد استطاعت هذه الصحيفة خلق جيل جديد من القراء الذين يطالعونها ويجدون فيها مجموعة من الاخبار والمواضيع الصحفية العالمية

والمحلية والاخبار التي تقدم لهم في شكل وتصميم يعكس التقدم والحداثة التي تميز الحياة المعاصرة .

وتعتبر صحيفة ميترو اكسبريس من اكثر الصحف المجانية واوسعها انتشارا وهي تعتمد مختلف انواع طرق التوزيع ومنها التوزيع اليدوي حيث تستخدم عشرات العمال من الشباب والصبية ومن مختلف الاعمار والذين يقومون بتوزيعها في الاماكن العامة وشوارع المشي ، وتتألف من 40 صفحة ملونة وتنشر احيانا على صفحتها الاولى وبشكل كامل اعلاناً مميزاً ، الا انها غالبا ماتملك شكلا مميزا لها في صفحتها الاولى المتميزة بالاخبار والصور الملونة كما ان صفحتها الاخيرة مخصصة دائما للاعلانات وهي تصدر بالحجم الصغير (التابلويد) وتوزع في جميع انحاء الدنمارك .

وفتحت المترو قنوات اتصال جديدة لمجموعة كبيرة من المستهلكين الذين يطالعونها ويتعرفون من خلالها على البضائع والسلع والخدمات التي تعلن عنها في صفحاتها والتي تدر عليها دخلا كبيرا وربحا وفيرا يدفعها يوما بعد يوم الى التوسع وتقديم الافضل والاحدث الى القارئ مجانا ودون مقابل .

وهو ما يماثل سياسة واسلوب صحيفة المترو الدولية التي تنشر في 21 بلدا ويقرؤها كل يوم اكثر من 23 مليون شخص وبما يجعل منها اكبر شركة صحفية في العالم .

2- صحيفة (اكسترا 24 ساعة) timerXtra 24 وهي من الصحف المجانية التي تصدر في الدنمارك " وتوزع في محطات الباصات والقطارات والمترو وتعتمد في تمويلها على الاعلانات " (موقع جريدة 24 تيمر) كما تعتمد في تغطيتها للاحداث (على المواد التحريرية التي تنشرها صحيفة فينس ستيت نهذن والتي تمت بينهما " شراكة واتحاد بعد اتحاد جريدة

اكسترا Fyens Stiftsidende مع جريدة 24 تيمر " (موقع جريدة 24 تيمه اكسترا) 24 timer Xtra Fyens Stiftsidende

وتأسست صحيفة جديدة بأسم 24 تيمه اكسترا 24 timerXtra وهي صحيفة مقروءة ومطلوبة من شرائح كبيرة من القراء وتصدربطبعات عديدة في كوبناكن وضواحيها وطبعة خاصة بمدينة اودنسة التي تصدر بها صحيفة Fyens Stiftsidende المعروفة في جزيرة فين .

3- صحيفة (اوربان) URBAN وهي من الصحف المجانية التي تصدر في الدنمارك ، صدرت " اول مرة (بتاريخ 24 ايلول – سبتمبر 2001 " (موقع صحيفة اوربان على الانترنت) وتم توزيعها في الايام الاولى في مواقع تقاطع الطرق والاشارات الضوئيةكما توزع في محطات الباصات والقطارات والمترو وتعتمد في تمويلها على الاعلانات كما تعتمد في تغطيتها للاحداث على وسائل الاعلام الاخرى وتقوم بتجميعها ونشرها مع كم وعدد كبير من الاعلانات ، وهي من اكثر الصحف المجانية التي تعتمد التوزيع اليدوي حيث تستخدم عشرات العمال من الشباب والصبية ومن مختلف الاعمار والذين يرتدون زيا مميزا ويقومون بتوزيعها في الاماكن العامة وشوارع المشي ، وتتألف من 32 صفحة ملونة لكنها تصدر يوم الجمعة (آخرايام العمل في الاسبوع) ب 44 صفحة وغالبا ما تنشر على صفحتها الاولى وبشكل كامل اعلاناً مميزاً ا ، كما ان صفحتها الاخيرة مخصصة دائما للاعلانات وهي تصدر بالحجم الصغير (التابلويد) وتوزع في جميع انحاء الدنمارك .

4- صحيفة (نيهذرافيسن) Nyhderavisen وتعتبر من أهم الصحف المجانية في الدنمارك وهي " (توزع بشكل مجاني وتصل الى البيوت صباح كل يوم وكذلك في محطات القطار والمحال والاسواق الكبيرة "(

موقـع صـحيفة نيهـذه افيسـن) ولم تسـتطع هـذه الصـحيفة الاسـتمرار في الصـدور كونهـا جابهت منافسـة شـديدة مـن بـاقي الصـحف المجانيـة في مسـألة الحصـول علـى الاعلانـات " وكانـت هـذه الصـحيفة " تعتبر مـن انشـط الصـحف المجانيـة وتقـوم علـى صـناعة الخـبر ومتابعـة التطـورات الكبيرة على الساحة الدنماركية والعالمية ولـديها طـاقم من الصـحفيين الشـباب الاكفـاء " (اخبـار مـن الـدنمارك- افـلاس اهـم الصـحف الخبريـة اليوميـة) ، كمـا تتميـز بسـرعة التغطيـة وتسـليط الضـوء علـى مجريـات الاحـداث ، والصـحيفة يملكهـا صـحفي دنمـاركي شـاب وقـد اعلنت افلاسها في شهر ايلول (سبتمبر) 2008 بعد أن تحملت خسـارات كـبيرة متتاليـة بلغـت اكثـر مـن 105 ملايـين كرونـة دنماركيـة ممـا ارغمها على اعلان افلاسها .

وقـد اعتبر افـلاس الصـحيفة واغلاقهـا خسـارة كـبيرة للاعـلام الـدنماركي وكـذلك للمتلقـي الـذي يعـيش في هـذا البلـد الحـر اعلاميـا والذي كان يحصل من خلالها على خبر مميـز وشـامل وبشـكل مجـاني وكانـت تصـل الى بيتـه او يجـدها باحـدى محطـات القطـار والباصـات والاماكن العامة .

5- صـحيفة الخـبر المجانيـة هـي صـحيفة شـهرية مجانيـة تصـدر باللغـة العربيـة وقـد " صـدر العـدد الاول منهـا في 14 اكتـوبر 2007 كـأول جريـدة عربيـة ذات مواصـفات مهنيـة جيـدة تصـدر في الـدانمارك وتهـتم باخبارهـا حصـرا. " (البـديري ، 2008 ، الاعـلام العربـي في الـدنمارك تجربتا الموجز والخبر) وهي تصدر عن شرك كاسـت ميديا وهـي جريـدة شـهرية عربيـة –دنماركيـة توزع مجانـا وتعتبر الجريـدة العربيـة الاولى في شمال اوربا ، وجاء صدورها نتيجة تعـاون محـرر الموجز وصـحفية ناشئة

مع شركة دانماركية يديرها صحفيان تركيان يصدران منذ خمسة اعوام جريدة تركية مجانية تحمل ذات العنوان باللغة التركية .

الا ان صحيفة الخبر العربية وبعد ثلاثة اعداد تجريبية مكلفة، جابهت صعوبات مالية تتعلق بمشكلة التمويل فتوقفت لمدة من الزمن ثم صدرت بشكل وهيئة تحرير جديدة بعد ان بدأت بأنطلاقة جديدة، وبدأت تعود الى الصدور الشهري المنتظم بعد تغيير في رئاسة تحريرها ومدير التحرير بسبب مشكلات مالية مع الشركة التي اصدرتها " وتعتبر الجريدة العربية الاولى في شمال اوربا ويتم توزيعها مجانا في جميع المدن الدنماركية الكبرى وقوبلت الخبر بترحاب شديد من قبل قراء العربية والسياسيين والاعلاميين الدنماركيين على حد سواء " (موقع الموجز الدنماركي)

. كما تصدر عن ذات الشركة صحيفة مجانية بنفس العنوان ولكن "باللغة التركية وهي جريدة مجانية تنشر العديد من المواد التحريرية والاخبار الى جانب الاعلانات التجارية " وهي غير مسؤولة عن محتويات الاعلانات والدعاية التي تنشر فيها" (موقع صحيفة الخبر على شبكة الانترنت).

رابعا : ثلاث وعشرون صحيفة محلية او اقليمية اما الضواحي فتصدر 137 صحيفة توزع اسبوعيا قرابة 5,038,0000نسخة مجانية وتشير البحوث الى ان نسبة 28٪ من السكان (فوق 13 سنة) يعتبرون الصحف المحلية هي المصدر الاساس للاخبار والمعلومات .

خامسا : اربع عشرة مجلة اسبوعية يبلغ توزيعها زهاء 1,9 مليون نسخة

سادسا : تسع عشرة مجلة شهرية كما تصدر في الدنمارك مئات الصحف والمجلات والمنشورات التي تصدرها الجمعيات والنوادي لانه من المعروف عن الدنمارك انه " بلدُ الجمعيات والمؤسسات فالدنمارك هي

من ضمن بلدان العالم التي يتمتع مواطنوها بأعلى نسبة عضوية في الجمعيات. 73٪ منهم أعضاءً في جمعيتين إثنتين كحدٍّ أدنى " (إخوةً مواطنون في الدنمارك (2002) ، مصدر سابق) وهذه الجمعيات تهتم بأبسط واكبر الامور بالنسبة للانسان وهواياته واهتماماته ورغباته التي هي منظمة ومشكله حسب القوانين السائدة التي لا تميز بين مواطن وآخر فكل انسان له الحق في تشكيل أي جمعية اذا كان يرغب في التعرف على أناسٍ آخرين فيمكنه المشاركة في حياة الجمعيات كوسيلة جيدة لذلك ويقوم بأصدار جريدة او منشور للتعريف ومتابعة النشاطات والفعاليات التي يقوم بها فهناك صحف ومجلات لاصحاب هوايات الصيد والسباحة والتصوير والسفر وتربية النحل والنوادي والجمعيات الجنسية والاثنية والقوميات واللغات المتعددة التي تعيش في الدنمارك .

كما ان توسع وانتشار الصحف في الدنمارك يعود اساسا الى كونها صحافة محلية واهتمام الشعب الدنماركي بما يجري في مدينته وبلده كما يعود ايضا الى الاسباب العامة لنجاح الصحافة المحلية وهي " اهتمام القراء الدائم بالاخبار المحلية ورفع نوعية الاخبار وتحسينها بشكل مستمر وسهولة ادارتها ، ووجود وضع اقتصادي وأنظمة التوزيع والنشر التي تسمح بتحديد عدد الصحف غير المباعة " (الرمحين ، 2001، ص 78) .

وأسهمت الاسباب اعلاه اضافة الى انتشار التعليم والمستوى الاقتصادي والرفاه الموجود ساهم في نمو وتوسع الصحافة بشكل عام والصحافة المجانية بشكل خاص في الدنمارك .

3ـ نشوء الصحافة المجانية في دول اخرى.

نجاح وتوسع صحيفة مترو الى معظم المدن السويدية ، والتوسع والتقدم الذي شهده العالم في انظمة الاتصال والذي اصبح العالم بفضل العلم كالقرية الصغيرة ..اي ان المسافات البعيدة لم تعد حقا بعيدة .. واصبح انتقال البضائع والناس والمعلومات يتم في سرعة متزايدة بفضل التكنولوجيا المعاصرة .

فعندما قدم ماكلوهان Mcluhanفكرته عن القرية الكونية عام 1964م كانت هذه الفكرة تتضمن شبكة الاتصالات عن بعد والتي ستنسحب على العالم كله من اجل اتاحة المعلومات لكل الشعوب على الارض " وقد شهد العالم منذ ذلك الوقت النمو المطرد لعصر المعلومات الالكتروني بشبكاته المعلوماتية العملاقة المعقدة مثل (الانترنت) والتي تحمل على مدار الساعة كميات هائلة من المعلومات وتطورت الشبكات المعلوماتية مع تطور تكنولوجيا الاتصالات حتى اصبح من الممكن ان نطلق على عصرنا الحاضر القرية الكونية الالترونية التي كانت مجرد فكرة عند مكلوهان " (بدر، 1998 ، ص77) .

ان العالم اليوم يعيش في تطور ونمو مستمر بحيث لم تعد هناك حدود او آفاق معلومة لهذا التقدم والذي تنتشر فيه كل فكرة ناجحة ويعلم فيه الناس بكل صغيرة وكبيرة تجري في آن واحد وربما في لحظات وقوعها الآنية من خلال البث المباشر والمستمر لشتى المواد والاحداث الاعلامية والسياسية وغيرها من النشاطات التي جعلت البعض يقول " ان عالمنا اليوم، يمكن ان نراه عالما واحدا علميا وتكنولوجيا ذلك لأن العلم هو التراث المشترك الثمين المتاح للانسانية كلها ويمكن ان نراه عالما واحدا ايضا اذا كان هذا المفهوم مستمدا من ثورة التحديث

التي تسير اليها وتتجه جميع الدول على اختلاف ايديولجياتها ومصالحها " (بدر، 1998 ، ص 374) .

أ-نشوء الصحافة المجانية في بريطانيا

تعتبر جريدة مترو هي أكبر واشهر جريدة مجانية صباحية في لندن وتوزع وتطبع 550 الف نسخة يوميا ، صدرت في شهر آذار عام 1999 " ويبلغ عدد قرائها يومياً 2 مليون شخص يوميا " (المنشاوي ، مصطفى (2007) . هل تخدم التكنولوجيا الحب ؟ موقع BBC) وهي توزع بشكل رئيسي في محطات مترو لندن ومواقف الباصات والاماكن العمومية وهي مملوكة لشركة Eveningstandard بدات هذه الصحيفة في العاصمة لندن " ثم توسعت في طبعات تنتشر في 16 مدينة بريطانية اخرى " (موقع جريدة مترو البريطانية على شبكة الانترنت) وهي صحيفة صباحية وتعتبر صحيفة وطنية ودولية في آن واحد نظرا لانتشارها الواسع في مختلف أنحاء العالم وتميزها بالاخبار الوطنية والمحلية في المدن والمناطق التي تصدر بها ، وما يميز طبعتها البريطانية هو انها جريدة اخبارية تحتوى على اخبار ومقالات وتحليلات مكتوبة بلغة محكمة ومهنية وحرفية تلائم طبيعة الحياة المعاصرة التي تتسم بالسرعة وطبيعة قرائها الذين يطلعون عليها اثناء ذهابهم للعمل فتقدم لهم الاخبار الساخنة والمثيرة واخبار الساعة والموضة والانترنت والرياضة والسفر والسياحة والطقس بشكل جذاب و قريب من اذواق وتطلعات الحداثة والعصرنة التي يتسم بها العصر الحالي .

فضلاً عن اخبار الاقتصاد والمال والبورصة وجداول ومواعيد النشاطات والفعاليات القريبة من مكان ومحل القراء فقد اصبحت المترو ملازمة للحياة والواقع الموجود في الدول الغربية التي تنتشر فيها هذه الصحف .

كما تنشر الصحيفة موادها على موقعها على شبكة الانترنت الذي يزوره مليونا زائر شهريا وهو موقع تفاعلي يقدم العديد من الخدمات مثل تحميل الصور والاغاني والملفات المهمة وحسب طلب المتصفحين .

ثم تأتي في المرتبة الثانية " و تليها الصحيفة اللندنية (ذا لندن بيبر) وتقوم بتوزيع 400 الف نسخة مجانية " (البحيري ، محمد (بلا). إعلاميون) وهي صدرت في 4 ايلول عام 2006 وتطبع في 48 صفحة ملونة ويجري توزيعها أيضا في محطات المترو والمواصلات العامة في الاوقات المسائية " حيث ان توزيعها يبدأ من الساعة الرابعة والنصف وحتى الساعة الثامنة والنصف مساء وهي الاوقات التي تتزامن مع خروج الموظفين من العمل " (القدسي ، هبة (2006) صحيفة الشرق الاوسط)

كما توزع في لندن ايضا " وحدها يوزع أكثر من 30 صحيفة مجانية توزع على الناس بشكل يومي، كان لها تأثير كبير جداً على الصحف اليومية وأدت إلى نسبة انخفاضها" (منصور ، 2003 ، مصدر سابق) مثل صحيفة ستي اي ام المجانية وصحيفة ايفنينغ ستاندرد .

ان تطور الصحف المجانية يرتبط بتطور وسائل الاعلام السريع والكبير في مختلف بلدان العالم وخاصة الدول الغربية التي توظف رؤوس اموال كبيرة وامبراطوريات ضخمة من التحالفات والشراكات بين مختلف الشركات التجارية والاعلامية التي تشترك في صناعة جديدة يطلق عليها صناعة الاعلام التي يؤكد المختصون " ان صناعة الاعلام قد اصبحت صناعة ثقيلة تحتاج الى امكانات مادية ضخمة " (العوف ، 1987، ص 117) .

وهـذه الامكانيـات تسـتطيع توفيرهـا الصـحف المجانيـة مـن الواردات الاعلانية الكبيرة لها والتي جعلتها منافسة بل وبديلة للعديد من الصحف التقليدية المدفوعة القيمة .

وتسعى كل الصحف المجانية الى المنافسة مع الصحف العادية وهي تقدم العديد من الخدمات والاغراءات للقارئ والمتصفح من اجل زيادة مساحة انتشارها وتوزيعها وللحصول على اكبر قدر ممكن من الايرادات الاعلانية مقابل تقديم مضمون اعلامي متميز وجذاب وبسيط ومغر للقارئ والاطلاع من جماهير واسعة من الناس والذين ينظرون اليها حسب قول العديد من الأشخاص " إن الصحف الإعلانية قوضت العادات القديمة في شراء الجرائد ، وإن قراءة هذه الصحف أكثر متعة، خاصة في لندن، غير ذلك الكلام غير المفهوم الذي تجده في الجرائد الأخرى، لكنها تعتمد على مدى استعدادي لذلك فإن كنت مستعداً فأنا أحصل عليها مجاناً " (آدم ، كارلا (2008) .

الصحف المجانية أدت إلى خفض مبيعاتها والقراء يفضلون الحصول على النسخ المجانية، جريدة الشرق الاوسط).

الا أن النجاح الكبير الذي حققته ظاهرة الصحف المجانية في بريطانيا كانت له تبعات وآثار بعيدة على عالم الصحافة والاعلام ، " فهذه الصحف التي توزع مجانا على ركاب القطارات والمارة في شوارع العاصمة والتي لا تكلف القراء شيئاً ، الا انها تكلف الكثير من جهة ثانية " (لندن.. الصحف المجانية تكلف 500 الف جنيه استرليني لأعادة تدويرها ، جريدة الشرق الاوسط) بيئياً في الأقل.

وتسبب هذه الصحف في مشكلة جديدة لعمال التنظيف لكونها باتت تشكل عبئا متجددا كل ليلة، فهذه الصحف مصممة ببساطة

لأن تستهلك مثل الوجبات السريعة بمعنى أنك ترميها بمجرد ان تنتهي من قراءتها خلال نصف ساعة على الأكثر.

وهذا ما دعا ناشري هذه الصحف للدخول في مفاوضات في مساع للتوصل الى حل، لاسيما مع بلدية منطقة ويستمنستر التي هددت بمنع توزيع الصحف وسط لندن في حال لم يدفع الناشران 500 ألف جنيه استرليني، وهي كلفة إعادة تدوير هذه الجرائد على مدى سنتين.

ب ـ نشوء الصحافة المجانية في فرنسا

دخلت الصحافة المجانية فرنسا في 18- 2- 2002 وهو " تاريخ نشر النسخة الفرنسية لصحيفة "مترو" المجانية التي تمول نفسها من الإعلانات " (عبدالمعبود ، همام ، 2002 . الصحافة الفرنسية قلقة من "مترو المجانية) ، وهي صحيفة مجانية، لا تكلف القارئ سنتا واحدًا وتوفر للمعلن فرصة الوصول إلى أكبر عدد من القراء يفوق أضعاف العدد الذي يصله المعلن عبر صحيفة مدفوعة الثمن .

وقد واجهت الصحيفة تحديات كبيرة من اصحاب الصحف التقليدية الاخرى لانها اصبحت منافساً حقيقياً لهم في سوق الصحافة ، كما ان عمال الطباعة في فرنسا يحولون دون توزيع صحيفة مترو المجانية في باريس وغيرها في العديد من المدن الفرنسية؛ لأنها تطبع خارج فرنسا ، وهم يلقون دعمًا ماديا من أصحاب الصحف الفرنسية الذين لا ينظرون بالطبع بعين الرضا لهذه المنافسة الخطيرة التي تشكلها ظاهرة الصحف المجانية.

ففي فرنسا أصبحت " صحيفة فان مينوت المجانية تحتل المرتبة الاولى من حيث عدد القراء لتصل الى ما يزيد على مليوني قارئ يومياً ، تليها صحيفة لوباريزيان المجانية ايضا برصيد1.7 مليون قارئ، ثم الصحيفة المجانية أيضا مترو التي يقرأها يومياً 1.6 مليون شخص "

(البحيري ، محمد (لات). مصدر سابق) ، وتجتذب هذه الصحف نسبة كبيرة من الإعلانات لأن المعلنين لا يميزون بين القارئ الذي يشتري الصحيفة وذلك الذي لا يدفع مقابلا لها .

وقد كشفت دراسة لمؤسسة (سوفرس لاستطلاع الرأي) - نشرت نتائجها في مارس عام 2006 - أن صحفا يومية كبيرة مثل (لوفيجارو) و(لوموند) تبحث إصدار صحف مجانية تقدم خدمة جيدة وتربط القارئ بالصحيفة الأم غير المجانية ، وتثير رغبة القارئ في متابعة ما بدأ قراءته في الصحيفة المجانية " وقد حققت الصحف المجانية بعد أربعة أعوام على ظهورها باعتراف صريح من جمعيات الصحافة الوطنية وكشف الاستطلاع أن متوسط أعمار قرائها يبلغ 36 عاما .. 73٪ منهم لا يقرأون الصحف غير المجانية " (الفرنسيون يفضلون قراءة الصحف المجانية ،موقع الجزيرة نت) ، كما تبين من واقع دراسة أخرى أجرتها مؤسسة (برسيبتا) ، أن الصحف الخبرية اليومية والأسبوعية تمثل الشريحة الأكثر حيوية من بين الإصدارات الصحفية المجانية على صعيد الإصدارات الجديدة وحجم المبيعات .

هذا وقد ادى توسع وانتشار الصحف المجانية في فرنسا الى " ارتفاع الأصوات المطالبة بضرورة تدخل الحكومة الفرنسية لإغاثة ومساعدة الصحف الفرنسية ، التي تواجه أزمة غير مسبوقة بعد ان تراجع توزيع معظم الصحف اليومية بنسب كبيرة بسبب منافسة الصحف المجانية والإنترنت والقنوات الفضائية ، فضلا عن ارتفاع تكاليف الطباعة والتوزيع " (الصحافة الفرنسية تدافع عن استقلاليتها ضد الصحف المجانية والمليارديرات ، جريدة القبس) ويتزعم حاليا جون بيير مينيار المحاضر المتخصص في إدارة الصحف في جامعة العلوم السياسية بجامعة السوربون في باريس الحملة المطالبة بضرورة تدخل الحكومة

الفرنسية من أجل اغاثة الصحف، خاصة بعد ان اكتفت الحكومة بمشاهدة هذه الصحف تقع في براثن مليارديرات تدخلوا لشراء جانب أو معظم أسهم هذه الصحف مما يعرض استقلالية هذه الصحف وموادها التحريرية لنفوذ هؤلاء المليارديرات ومصالحهم الشخصية، ويهدد في الوقت نفسه التعددية الصحفية التي تعد أحد أهم الأساسيات. ويعتبر مينيار، وهو يعمل أيضا محاميا أمام محكمة النقض ان تدخل الدولة لانقاذ الصحف ومساندتها ماليا لا يعد فقط حقا على الدولة، ولكنه واجب دستوري يتعين عليها الالتزام به.

ويتطلب الامر عملية إنقاذ واسعة حسب حديث مينيار في صحيفة ليبراسيون الفرنسية " ان هناك طرقا عدة لكي تتدخل الحكومة لاغاثة الصحف التي تعاني معظمها أزمات مالية طاحنة، لا سيما من خلال هيئة تمويل عامة مثل صندوق الودائع وهو ذراعها التي تستخدمها عندما تريد التدخل لإجراء عملية انقاذ ومساندة وضرورة تدخل الدولة في الأزمة الحالية التي تواجهها الصحف لأن حرية التعبير وحق الحصول على المعلومات يعدان اليوم من أهم اساسيات الديمقراطيات الحديثة ، كما أكد ان المجلس الدستوري الفرنسي اعتبر ان تراجع الوسائل المادية للصحف يعد عاملا مخلا بحرية الصحافة، ونفى ان يكون تدخل الحكومات لاغاثة الصحف يتعارض مع قانون حرية المنافسة المعمول به في دول الاتحاد الأوروبي، مؤكدا ان تعددية الاصدارات الصحفية هو بند شبه دستوري في الميثاق الأوروبي للحقوق الأساسية.

وقد ادى التوسع والانتشار الكبير في الصحف المجانية في فرنسا الى تشبيهها " بالهجمة المدمرة للصحف المجانية " (صالح ، 2005 ، في ظل تراجع مبيعاتها وانتشار الطبعات الالكترونية هل اقترب عهد الصحافة المكتوبة على الانتهاء؟) التي يقرؤها كل يوم الملايين من

الناس وهذه الصحف تجتذب نسبة كبيرة من الاعلانات ، لان المعلنين لا يميزون بين القارئ الذي يشتري صحيفة عن ذاك الذي لا يدفع ثمنها ،وهو ما ادى الى ارتفاع مداخيل هذه الصحف من الاعلانات التي تصل الى اكبر عدد ومساحة ممكنة من القراء والمستهلكين وهو ما يشكل الهدف والمسعى الاول لكل معلن في أي صحيفة مجانية او مدفوعة القيمة من قبل الناس.

ج - نشوء الصحافة المجانية في كندا

تعتبر صحيفة ميترو " اول صحيفة مجانية صدرت في كندا في شهر مايس _ مايو 2001 ، وهي تنتمي الى الصحافة الحديثة التي ظهرت بعد التطورات الاخيرة التي شهدها عالم الصحافة في العقد الاخير من القرن العشرين وخاصة مع توسع الاسواق والشركات وانتشارالصحافة الالكترونية " (نوح ، 2006. ص 15) .

وبدأت فكرة انشاء الصحيفة حين تتابع نجاح صحيفة المترو في السويد حيث تمت الاستفادة من التجربة التي كانت الانطلاقة الاولى في علم صحافة المترو علاوة على الاستفادة من تجربة مترو الارجنتيني التي اعقبتها والمترو الدولي وتم تطبيقها في كندا حيث تعمل بنجاح وتوزع في عدة مدن كبرى.

وهناك 69 دولة توزع فيها صحف المترو والعدد آخذ بالزيادة وتصدر في كندا في عدد من المدن الكبيرة مثل مترو تورنتو ومترو فانكوفر وجميعها تصدر بالقطع الصغير التابلويد " وتوزع 140 الف نسخة يوميا " (نوح ، 2006 . ص 15) .

وكان زبائن الاعلان قليلين ولكن مع مرور الوقت ازدادت الاعلانات وتقبل الناس فكرة صحف المترو والآن 50٪ من مساحة الصحيفة هي اعلانات ، والباقي مواد منشورة وتطلب ذلك اربع سنوات

من الخسائر للوصول الى توازن ووقف الخسائر ومن ثم بدأ بتحقيق الارباح .

وكان المؤسسون والمساهمون قد اتفقوا على وضع سقف للخسائر وللوقت قبل بدء جني الارباح وحدد بخمس سنوات ، وهذا ما تحقق وكان على المساهمين تحمل الخسائر في تلك الفترة الطويلة نسبيا ، وقد بدأ برأس مال من بضعة ملايين من الدولارات لكن راس المال اليوماكثر من 12 مليوناً علما ان انشاءها كان اول مرة من خلال اتفاق بين وكالات الانباء .

د. نشوء الصحافة المجانية في امريكا.

تأخر ظهور الصحف المجانية في امريكا بسبب ان الناس هناك يعتمدون على سياراتهم الخاصة في تنقلاتهم وان المترو والقطار لا يشكلان وسيلة النقل الرئيسة للناس فيها ، فتباعد وطول المسافات بين المدن واتساع استخدام وسائل النقل الخاصة لم يشكل دافعا لنشوء الصحف المجانية التي ارتبط نشوئها بوسائل النقل (المترو والقطارات " وهو ما ادى الى قلة اهتمام الناس بمثل هذه الصحف في معظم المدن الامريكية " (القرني ، مصدر سابق ، ص. 18) .

لكن بالرغم من ذلك فقد تزايد عدد الصحف المجانية في امريكا حتى بات في كل مدينة اكثر من صحيفة تتنافس على خطب ود القراء بابتسامة الموزعين في محطات المترو مع كلمة صباح الخير" واضطرت صحف كبرى مثل(نيويورك تايمز) و(واشنطن بوست) الى اصدار الطبعات المجانية لغرض البقاء في السوق بعض الصحف ، وصل توزيعها الى 500 الف نسخة يوميا من خلال صحيفة اكسبريس التي تصدرها الصحيفة " (حمود ، 2008، ص 143) .

كما انتشرت في اكثر من ولاية امريكية مثل صحيفة الكزامنير أي الممتحن او المفتش التي توزع طبعات مختلفة في 69 مدينة امريكية وتعتمد الايجاز الشديد في تقديم الاخبار كما تحوي كما هائلا من ارقام وعناوين الخدمة العامة مع عدد كبير من الاعلانات .

ذ- الصحافة المجانية في (الكيان الصهيوني) :

تغيرت خريطة الصحافة اليومية في (الكيان الصهيوني) بعد اصدار وانتشار عدد من الصحف المجانية فيها ، وكانت أول صحيفة يومية مجانية صدرت فيه هي " "يسرائيلي" (تعني إسرائيليّ)، وهي تصدر تباعًا منذ مطلع العام 2006 عن مجموعة "هيرش ميديا" (الصحافة اليومية المجانية تخلط أوراق الصحافة الإسرائيلية المكتوبة، تقرير خاص صادر عن المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية (2007) ايلول سبتمبر) وصدرت ثاني صحيفة مجانية يومية في 30 من شهر تموز/ يوليو 2007، باسم "يسرائيل هيوم" (إسرائيل اليوم)، وذلك على مدار الأيام الممتدة من الأحد إلى الخميس " وهي توزع زهاء ربع مليون نسخة يوميا " (موسى ، 2007 ، صحيفة جديدة في اسرائيل) ولا تصدر هذه الصحيفة في أيام العطل والأعياد ، وبالتالي، فإنها تخلو من الملاحق.

كما توجد صحيفة مجانية يومية ثالثة بدأت تصدر في (الكيان الصهيوني) هي "مترو يسرائيل"، وذلك منذ شهر آب/ أغسطس الماضي (2007) وقد اثار انتشار الصحف المجانية تداعيات كبيرة على سوق الصحافة الإسرائيلية المكتوبة وهناك

عدة أسباب تقف وراء انتعاش وتوسع الصحافة المجانية منها :

1- ان مالكي الصحف المجانية هم من الاثرياء واصحاب رؤوس الاموال الكبيرة ويكفي أن يستثمر جزءًا من أرباحه حتى يكون في

وسعه أن يموّل صحيفة مجانية لفترة غير محدودة دون أدنى حاجة إلى قروض أو إعانات يحتاج إليها غيره.

2- لا تتمثل الغاية الرئيسة من اصدار الصحف المجانية بالنسبة لبعض الناشرين في جني الأرباح، (وإن كان من الصعب القول إن مثل هذه الغاية ساقطة من حساب الكثيرين منهم والذين تمثل الغاية الرئيسة للآخرين الذين يتهافتون على إصدار صحف مجانية هي جني الأرباح) فان بعضهم مثل أديلسون يرغب في أن يصبح عنصرًا مؤثرًا في سوق الصحافة الإسرائيلية، الأمر الذي يتيح له إمكان مدّ جسور الصلة مع الرأي العام الإسرائيلي، وهو ما سيعود بالنفع على صديقه بنيامين نتنياهو كذلك. ويؤكد هؤلاء المقربون أن أديلسون لديه أجندة سياسية خاصة تتعلق بصورة رئيسة بماهية النظام الديمقراطي وسلطة القانون، ورويدًا رويدًا سيحاول أن يمرّر هذه الأجندة من خلال الصحيفة المجانية.

كما أن العدد الأول من الصحيفة أعلن أن أجندتها الوحيدة هي "قول الحقيقة"، أمّا عنوان الخبر الرئيس فقد جاء فيه ما يأتي "تنشر للمرّة الأولى- خطة محاربة الفساد"، واشتمل على خطة أعدّها المحاسب الرئيس في وزارة المالية .

3- ان بعض الصحف مثل صحيفة "يسرائيل هيوم" تستطيع أن تحدث هزات أو قلاقل في سوق الصحافة الإسرائيلية المكتوبة. وسينعكس الأثر البالغ لصدور هذه الصحيفة المجانية على صحيفة "معاريف"، وهي ثاني الصحف الإسرائيلية اليومية من حيث عدد الاشتراكات والقراء بعد صحيفة "يديعوت أحرونوت" وقبل صحيفة "هآرتس"، إذ أنه منذ أول أيام صدورها تجاوز عدد قرائها عدد قراء "معاريف". وينتظر أن يتفاقم هذا التأثير في ضوء الأزمة العصيبة التي تعصف "بمعاريف".

تجدر الإشارة هنا إلى أن الصحافة اليومية المجانية باتت تحتل حيزًا كبيرًا في خريطة الصحافة المكتوبة في العالم أجمع ، ففي العام الفائت أعلنت شركة "مترو" السويدية، وهي الشركة العالمية الأكبر المتخصصة في الصحف المجانية والتي تشرف على إصدار زهاء 70 صحيفة كهذه في أنحاء العالم المختلفة، أنها بدأت تجني أرباحاً من عملها بعد 11 عامًا من النشاط المستمر ، وجاء تناولنا موضوع الصحف المجانية في (الكيان الصهيوني) بالتفصيل هو لسببين :

الاول : لاهمية الاعلام والصحافة بشكل خاص فيها وتاثيرها على الحياة بمختلف صورها وابعادها السياسية والاقتصادية والعسكرية ، ولان " قضية الإعلام في إسرائيل من القضايا الحساسة التي يهتم بها الإسرائيليون كثيرا ، خاصة وأنها قضية تمس ديمقراطية الدولة والأمن في آن واحد ، إضافة إلى التحولات الديناميكية التي تعصف بالإعلام الإسرائيلي نحو الخصخصة المطلقة التي تبحث عن النجومية في إطار الفهم القومي والأمني الذي تقتضيه القوانين المسيطرة " (جمال ، 2005، الصحافة والإعلام في إسرائيل ، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية (مدار الثاني : لانه من خلال هذا الاستعراض البسيط يتبين لنا حجم واسباب انحسار وبطء هذا النوع من الصحافة في عالمنا العربي ، رغم وجود الكيان الصهيوني في قلب الوطن العربي ورغم صغر مساحته وحجم سكانه قياسا الى حجم وسكان الوطن العربي فانه لا توجد مقارنة بحجم الاعلام والصحافة بينه وبين كل الدول العربية مجتمعة .

كما ان للصحافة اليومية في الكيان الصهيوني ثقلاً ولها دور كبير في توجيه الرأي العام، حيث يصدر فيها العديد من الصحف باللغات العبرية والإنجليزية والروسية والعربية، منها اليومية والأسبوعية

والشهرية، مضيفا أن الرواج الواسع نسبيا للصحافة العبرية ولمعظم الصحف المكتوبة يثبت المستوى العالي من الاستهلاك الإعلامي الذي يميز المجتمع الإسرائيلي.

وبحسب استطلاع لمركز هرتسوغ للإعلام والمجتمع والسياسة فإن 40٪ من الإسرائيليين يقرأون صحيفة يومية بشكل يومي، و15٪ فقط لا يقرأون صحيفة بتاتا، مما يدلل على أن فئة واسعة من المجتمع الإسرائيلي تقرأ الصحف اليومية.

كما ان اهتمامات الاعلام الاسرائيلي لا تتحصر في حدود هذا الكيان وانما تمتد الى انحاء كثيرة من العالم حيث " تهتم اسرائيل بالاعلام المكتوب فقد بلغ عدد الصحف والمجلات خارج اسرائيل 760 صحيفة ومجلة حسب احصائية سنة 1967 وكما يأتي :
244 صحيفة في امريكا منها 158 دورية 30 دورية في كندا منها تسع باللغة الانكليزية 118 صحيفة في امريكا اللاتينية منها 47 باللغة الاسبانية 348 دورية تغطي جميع اللغات الاوربية في اوربا وثلاث دوريات في الهند ومجلة في ايران وخمس في تركيا " (بدر، 1998 ، ص 294).

وتظهر الاحصائية السابقة حجم الصحف قبل 40 سنة ..فيا ترى كم تبلغ اليوم ؟

وهو ما دعا الكثيرين الى القول ان " الصحافة الاوربية كانت وما تزال تحت سيطرة اليهود ، والصحافة في اوربا كانت- وما تزال- في أيدي اليهود ، الذين يوجهون المعركة كلها لحسابهم الخاص " (قطب ، 1993 ، ص ص 124- 128).

4. نشوء الصحافة المجانية في الدول العربية.

تأخر ظهور الصحف المجانية في الوطن العربي تبعاً لتأخر ظهور الصحافة العادية التقليدية حيث "عرف الوطن العربي الصحافة لأول مرة في نهاية القرن الثامن عشر ، وكانت مصر هي الدولة العربية الاولى في هذا المجال ، حيث صدرت فيها أول جريدة تصدر في العالم العربي، وهي الصحيفة التي اصدرها نابليون بونابرت عام 1978 " (ابراهيم ، 1996 ، ص 11) .

كما ان الظروف والاحوال التي تمر بها البلدان العربية من سيطرة الانظمة الحاكمة والتي ان اختلفت في اشكالها من انظمة جمهورية او ملكية او مشيخات او امارات فان الصفة المميزة والمشتركة لها جميعا انها انظمة سلطوية بعيدة عن الديمقراطية وتداول الحكم والالتفات الى مطالب ورغبات المواطنين ، حيث انصب اهتمام كل الحكومات على حماية انظمتها وكياناتها واصبح الانفصام بين تلك الانظمة وشعوبها واضحا ولا يحتاج الى بيان او توضيح في معظم الانظمة السابقة والحالية في الوطن العربي .

وبما ان " الصحافة الاداة التاريخية للاحداث " (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1995) الموسوعة الصحفية العربية ، ص7) ، والمرآة التي تعكس حقيقة الاضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في اي مجتمع ، فان الصحافة في العالم العربي كانت في اغلبها صحافة تمجد السلطة وتدور في فلكها وتُسخر كل الموارد الاقتصادية والثقافية والفنية في خطاب خائب اثبت فشله وبعده عن الواقع الذي تعيشه الجاهيرالمهمومة والمذبوحة بطرق واساليب عيشها وقوت اطفالها في الدول الفقيرة ومهمومة بالاستهلاك والخواء الانساني والفكري في الدول النفطية الغنية بحيث انتجت السنوات الخمسون او

الستون الاخيرة اجيالا من انصاف المتعلمين والاميين رغم انهم يحملون شهادات دراسية .

كما ان انتشار الامية وعزوف الناس عموما عن القراءة وعدم شيوع ثقافة القراءة والتعليم الذاتي بين الناس كما " ان شراء واقتناء الصحيفة بالنسبة للسواد الاعظم من الشعب العربي مسألة ثانوية ، وان الجريدة لم تصبح بعد ضرورية مثل الماء والكهرباء للانسان والمواطن ، لذلك فاننا نجد ان مجموع ما تبيعه ، لا ما تطبعه ، الصحف العربية في جميع انحاء الوطن العربي لا يتجاوز بحال من الاحوال ثلاثة ملايين نسخة ، أي أن نسبة قارئ الجريدة لا تزيد كثيرا عن ثلاثة بالمئة من المجموع العام للشعب العربي الذي يقدر بمئة مليون نسمة " (بليبل، 1998 ، ص).

ان عدم انتشار الصحف المجانية في الوطن العربي ناتج عن عدم انتشار الصحف العادية اصلا ، والتي ينظر اليها الناس بكثير من نظرات الريبة والشك بانها تكتب وتنشر ما تقوله الحكومة والانظمة والتي غالبا ما تنشر كل ما هو بعيد عن الواقع حتى شاع بين الناس مقولة (كلام جرايد) مرادفا لكل ما هو كلام حالم او تعابير بعيدة عن حياة وواقع الناس . كما " ان المشكلة –كما تراها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم – تكمن في ان سيطرة الدولة على وسائل الاعلام في كثير من دول العالم تطبع هذه الادوار بطابع دعائي وسياسي يفقدها جاذبيتها ، ويجعلها تعجز عن توصيل الرسالة بشكل مقنع " (عمر ، 2002 ، ص 87) .

وهي ليست مشكلة واحدة وانما من منظومة ومجموعة كبيرة وضخمة من المشكلات التي يعانيها الانسان في البلدان العربية والتي تدعو البعض الى القول " ان الصحافة تشبه المجتمعات التي انتجتها ،

كثير من صحافتنا اليوم لا تبدو نتيجة لتخلف مجتمعاتنا ، انما هي أهم أسباب تخلف هذه المجتمعات " (فندي ، 2008 . مولد الاستاذ .جريدة الشرق الاوسط) والتي حوّلت هذه البلدان الى سجون كبيرة يحاول ويسعى بل يجاهد الملايين في الحصول على فرصة الهروب والخروج الى عالم ومكان آخر ، حتى لو كان ذلك المكان حلما يدفعهم الى ركب المخاطر والبحار والموت على سواحل البحر الابيض المتوسط الذي تحمل الينا الاخبار كل يوم قصة او ماساة من مآسي الهاربين وطالبي اللجوء العراقيين وغيرهم من باقي الدول .

ولعل اوضح دليل وبرهان هو وجود عشرات الآلاف من الاكاديميين واصحاب الشهادات العالية والكوادر العلمية والجامعية والصحفية خارج الوطن العربي حيث يمكن القول ان هناك وطنا عربيا مصغرا في كل دولة اوربية او غربية ، وماوجود العديد من الجامعات والاكاديميات العربية ومراكز البحوث والمعاهد خارج العالم العربي ومئات الاساتذة والاكاديميين المشاركين والطلبة فيها الا دليل على حجم الوجود والحضور العلمي والانساني خارج الوطن العربي .

وقد تبين من خلال البحث والمصادر الكثيرة في الصحافة العربية انه يمكن القول ان " جريدة الحقيقة الصادرة في 6 شباط 1909 في بيروت " (غالب ، 1988، ص 53) . هي اول جريدة عربية او ربما من الصحف الاولى في العالم التي حملت عبارة (يوزع العدد الاول والثاني بلا ثمن) وهي جريدة يومية سياسية ادبية صدرت باللغة العربية كما تضمن على صفحتها الاولى اجور نشر الاعلانات والرسائل والخصوصية وحسب اماكن نشرها بالصفحات الاولى والثانية والثالثة .

وتبين من خلال دراسة هذه الصحيفة والصحف الاخرى التي صدرت في مراحل لاحقة بعدها دخول الاعلان الحكومي الى هذه

الصحف وبالتالي حقق لها موردا ماليا انعكس على طبيعة المواد والواضيع التي تتناولتها .

وبعد ان انتشرت الصحف المجانية في معظم انحاء العالم (صدرت في بعض الدول العربية صحف اعلانية توزع مجاناً الا انه لا يمكن اعتبارها صحفا مجانية حسب الشروط والقواعد التي بيناها لانها لم تكن سوى منشورات اعلانية دون أي مادة تحريرية صحفية حتى وان حملت اسم صحيفة او جريدة وشهدت بيروت صحيفة اسبوعية اعلانية مجانية.

كما صدرت في سوريا 4 صحف هي " الدليل والوسيلة والصفحات الخضراء والعقارية وكل صحيفة توزع زهاء 200 الف نسخة اسبوعيا وفيها تجد اخباراً من كل لون من السيارات والسياحة واخبار الحج والعمرة وهواتف تبادل الحديث وكل ماتود معرفته والاطلاع عليه من جديد وما قد يستجيب لحاجاتك الشخصية والبيتية تجده في هذا النوع من الصحف "(حمود ، 2008، ص149).

هذه الصحف اساسها ومنطلقها الاعلان الذي يمنحها التمويل الذي يمكن من جعلها توزع مجانا على القراء حيث مثلت تلك الصحافة المجانية واحدة من أبرز الظواهر الجديدة التي بدات تطفو على ساحة الصحافة العربية والتي ترتبط بالعديد من الشركات الاعلانية التي تعتمد على الترويج للسلع والمنتجات الاساسية بالمجتمعات عبر هذه الصحف .

وتطورت بعد ذلك هذه الصحف وتطورت مؤخرا الخدمة لتشمل صحفاً مجانية اخرى لم تعتمد على الترويج والدعاية فقط ولكنها شملت ايضا المواد التحريرية ، فقد قامت احدى الصحف الكويتية وهي صحيفة "الجريدة" بتقديم اشتراك مجاني لمدة سنة أي توزع مجانا لمدة

سنة عبر دخول القارئ وملأ نموذج ضمن رابط منشور على موقع الصحيفة على شبكة الانترنت ،وهي طريقة اتبعتها هذه الصحيفة من اجل تقديم نفسها كصحيفة مغايرة عن بقية الصحف الاخرى ولغرض الحصول على حصة اعلانية كبيرة في السوق .(الشبكة الوطنية الكويتية للانباء ، مصدر الكتروني).

ان الصحف المجانية العربية يمكن ان تكون اضافة حقيقية لما هو قائم من نماذج صحفية عندما تهتم بالاخبار والمواضيع والمعالجات الصادقة لاهتمامات القراء وقضاياهم وتتناولها بحرية ومسؤولية بعيدا عن سيطرة وسيف الحكومة والاعلان الذي يمول هذه الصحف ويتحكم فيها .

وسوف نتناول اهم البلدان العربية التي صدرت فيها صحف مجانية وحسب التفصيل أدناه :

أ- دولة الامارات العربية المتحدة

اول صحيفة مجانية صدرت في الشرق الاوسط وفي دولة الامارات العربية المتحدة هي صحيفة سفن ديز days 7هي صحيفة مجانية تصدر باللغة الإنجليزية في امارة دبي " وتوزع زهاء 72 الف نسخة مجانا ، وهي بحجم صحف الميترو ، وصدرت في شهر نيسان 2003 بالحجم الصغير (التابلويد) مرة واحدة في الاسبوع واصبحت توزع يوميا منذ شهر ايلول (سبتمبر) 2004 " (موقع صحيفة سفن ديزعلى الانترنت) وتنتشر هذه الصحيفة بشكل واسع وتُمول نفسها من الاعلانات " وهي تسوق اعلاناتها بذكاء اذ تفسح مجالا طيبا ، احيانا صفحات للتحرير الصحفي بكل مجالاته " (حمود ، 2008 ،ص 152) .

ب- مصر

كانت صحيفة الوسيط الاسبوعية المجانية اول صحيفة مجانية صدرت في مصر منذ عدة سنوات ويبلغ توزيعها ما يقرب 800 ألف نسخة الا انها في الواقع ليست سوى نشرة اعلانات كاملة وليس فيها أي مادة تحريرية عليه فقد " صدرت في مصر اول صحيفة مجانية بعنوان (24 ساعة) في 15 ايلول سبتمبر 2007 " (حامد ، 2007 . الصحف المجانية تنافس المدفوعة في شوارع القاهرة. صحيفة الشرق الاوسط)
والتي لاقت اهتماما ملفتا من القراء لم يكن متوقعا حيث توزع منه 300 الف نسخة في القاهرة ، وتعهد رئيس تحريرها بأن " نسبة الاعلان لن تجاوز 25٪ من المادة المنشورة في هذه الجريدة المجانية اليومية الاولى من نوعها في مصر" (حامد ، 2007، مصدر سابق) وهي تعتبر صحيفة بالمعنى بالمعروف للصحيفة كونها تجمع بين المواد التحريرية والمواد الاعلانية في صفحاتها .

وحسب تصريحات مدير تحريرها (ان الفكرة في الاساس جاءت تقليدا لهذا النوع من الصحافة في الولايات المتحدة واوربا ، حيث تم تنفيذها بعد عمل دراسات جدوى وابحاث حول احتمالية نجاحها ، وتعتبر 24 ساعة اول اصدار مجاني تحريري في المنطقة العربية ، حيث تجمع الصحيفة عبر صفحاتها جميع اشكال التحرير والكتابة الصحفية ، منها الخبر والتحقيقات الصحفية والحوارات وصفحات الرياضة والفن والحوادث والصفحة الدينية ، مع بعض الصفحات المتخصصة للشباب والخدمات ، وتم في فترة قصيرة من اصدار الجريدة تحقيق بعض الانفرادات مثل موضوع العمالة المصرية في ليبيا وغيرها مما اثار اهتمام قطاع كبير من المسؤولين بهذا الاصدار .

وتوزع الصحيفة على السيارات والمارة في شوارع القاهرة الرئيسة ،من خلال منافذ توزيع خاصة كما يتم التوزيع في المطاعم والمحال الكبرى والمقاهي والنوادي وفي فصل الصيف يتم توزيعها في المصايف الاسكندرية والساحل الشمالي .

وحول فلسفة الصحيفة قال : انها ترفع شعار " لسنا مع أحد ولسنا ضد أحد " (حامد ، 2007، مصدر سابق) . وانها تهدف ايضا مخاطبة جميع الاعمار والفئات كما ان الاقبال الجماهيري على الصحيفة فاق كل التوقعات وبدا ان هناك تفاعلا بين القراء والصحيفة من كم الرسائل والاتصالات ، وتعتمد الصحيفة على الاعلان وحددت نسبته ب25٪ فقط من مساحة الاصدار الاجمالية بينما هناك 75٪ مخصصة للمادة التحريرية .

ج ـ السودان

تعتبر صحيفة (الاحداث) التي صدرت في " بداية شهر ايلول (سبتمبر) 2007 أول جريدة سودانية توزع بالمجان " (مصطفى ، 2007 .الصحيفة المجانية الاولى في السودان تحت الاختبار. جريدة الشرق الاوسط) وهي لا تقل عن الصحف العادية من حيث الجودة او عدد الصفحات وتستند فكرة اصدارها الى فكرة تكافلية طالما حلم المثقفون بتحقيقها وهي اخذ اصحاب الصحيفة نسبة من اموال الاغنياء عبر الاعلانات ويخرجون (او يصدرون) صحيفة لصالح اكبر عدد من الناس البسطاء الذين يستطيعون الذهاب الى المكتبة وتناول صحيفتهم مجانا ، وتسعى الصحيفة للوصول الى اكبر عدد من القراء والمؤسسات والجامعات والهيئات الحكومية.

رئيس تحرير الصحيفة اكد ان موضوع الصحف المجانية كان محور نقاش لمدة يومين في مؤتمر عقد في جنوب افريقيا والذي ناقش فكرة ان قيمة دخل الصيحفة من بيعها تعادل 10٪ فقط من التكلفة الكلية والباقي يعتمد على الدخل الاعلاني ، فلماذا يتم بيع الصحيفة مرتين للمعلن وللقارئ ؟ وأضاف ان هذا العصر هو عصر الصحف المجانية ، والصحف المباعة ستدخل التاريخ .

كما دعا الى ان تخطو صحافة الورق خطوات محددة للمحافظة على مكانتها ، ومن ذلك الإفادة من تجارب بعض الصحف الإعلانية التي توزع مجانا ، وتوسيع مساحة الخدمات المجانية التي تقدمها الصحف لقارئيها ، كتزويدهم بمستجدات الأخبار عن طريق الهاتف المحمول (الموبايل) .

د- المغرب

اول صحيفة مجانية صدرت في المغرب في اول شهر آذار (مارس) 2007 تحمل عنوان (اوفيت) وهي " اول صحيفة اخبارية يومية مجانية تصدر في المغرب، باللغة الفرنسية لغرض مخاطبة شريحة مهمة من القراء وهم شريحة الشباب وبعد مرور سنة على صدورها تجاوزت صعوبات البداية واستطاعت تأمين تمويل ربح للمشروع لمدة اربع سنوات " (روحي ، اسماعيل (2008) .الصحافة المجانية في المغرب . جريدة الشرق الاوسط) .

وتتكون الصحيفة من 18 صفحة ملونة بحجم التابلويد وهي صحيفة خدمات ملونة موجهة الى جماهير القراء من عمر 25الى 40 سنة وتصدر في الدار البيضاء وتوزع في خمس مدن مغربية وتطبع 25 الف نسخة يوميا وطاقمها الصحفي مكون من سبعة صحفيين .

وحول سبب اصدارها باللغة الفرنسية قال مديرتحريرها " إننا درسنا الموضوع منذ البداية ولاحظنا أن الصحافة الناطقة بالفرنسية تحتكر 70 في المائة من الموازنات المخصصة للإعلانات في المغرب.

وكان هدفنا منذ البداية تقليص المخاطر، علما بأنها تكون نوعا ما مرتفعة فيما يخص يومية مجانية، لذلك قررنا أن نبدأ بالشريحة الناطقة بالفرنسية، مضيفا أن إصدار يومية ناطقة باللغة العربية سيأتي في وقت لاحق، لكننا جاهزون، وأنجزنا جميع الدراسات الضرورية واتصلنا بشركائنا، واستراتيجياتنا تعتمد على التدرج، حيث سنعمل أولا على انجاز موقع باللغة العربية قبل الانتقال إلى الورق " (شبكة الصحافة العربية (2008) .

اما اول صحيفة يومية عربية مجانية صدرت في المغرب فهي (الصدى المسائية) والتي حملت عبارة غير مخصص للبيع على صدر صفحتها الاولى وهي تتكون من 16 صفحة وتصدر خمس مرات في الاسبوع مع عدد خاص يغطي يومي ايام الجمعة والسبت والاحد ، وبدأت الصحيفة بطبع 20 الف نسخة ثم زادت الى 30 الف نسخة وقد استطاعت منذ الاعداد الاولى منها (من العدد السابع) استقطاب اعداد كبيرة من الاعلانات واقتصر توزيع الصحيفة عند انطلاقتها على مدينة الدار البيضاء وفي محطة القطار وملتقيات الطرق الرئيسية ومحطات الفضاءات العمومية فانه من المؤمل ان توزع في سائر ارجاء المملكة في المستقبل القريب وهدف اصدار هذه الصحيفة المجانية هو وجود توجه نحواصدار صحافة توزع مجانا تمكن القارئ الذي ليست له امكانية شراء الصحف من الاطلاع على الصحافة وكذلك الترويج للصحف التي تصدرها مجموعة ماروك سوار .

وهذه الصحيفة " تحذو حذو مجلة "فيمينا" الشهرية الصادرة باللغة الفرنسية، وتعتبر ثاني صحيفة مجانية التوزيع تصدرها مجموعة "ماروك سوار" خلال الأشهر الماضية ، وتصدر المجموعة المذكورة مطبوعات أخرى مثل "الصباحية" و "الصحراء المغربية" و "لوماتين دو صحراء".

ذ. الاردن

للاعلان دور مهم في الصحافة الاردنية حيث يسام في تمويل وانشاء العديد من الصحف التي تعتمد على وارداته في تسيير شؤونها ، وقد عرف هذا البلد الصحافة الاعلانية المتخصصة التي شهد الاردن ظهورها للمرة الاولى بصدور جريدة (الفرصة) الاعلانية بتاريخ 10.10.1993 والتي عرّفت نفسها بانها " صحيفة اعلانية اسبوعية تصدر كل يوم احد باللغتين العربية والانكليزية وانها تنشر الاعلانات مجانًا اضافة الى جريدة الوسيط الاعلانية الاسبوعية التي صدرت في الآونة الاخيرة " (أبو عرجة، 2000 ،ص 90) الا انه لم تصل الصحافة في هذا البلد الى مرحلة الصحافة المجانية بالتعريف والشروط التي تبينت في صفحات البحث السابقة .

ر. العراق

عرف العراق الصحف المجانية ليس بتعريفها وشكلها ومضمونها الذي تبين في الصفحات السابقة من البحث ، وانما من خلال توزيع الصحف اوعرضها مجانا على المواطنين او حتى الزامهم بالقراءة والاطلاع عليها وذلك خلال فترات مختلفة من تاريخ العراق وتعتبر جريدة (الراصد) العراقية احدى الصحف التي وزعت مجانا بل ولصقت على جدران البيوت والاسواق في مدينة الموصل والكثير من مدن العراق عام

1974 والتي نشرت على صفحتها الاولى موضوعا حول انشقاق في الحركة الكوردية بعد اعلان قانون الحكم الذاتي في 11 آذار 1974 وعدم توصل الطرف الكوردي والحكومة المركزية الاتفاق على تنفيذ القانون .

اما عقب التغيير الذي شهده العراق بعد التاسع من نيسان 2003 وصدور عشرات الصحف والمجلات من مختلف الالوان والاتجاهات والتي بلغت في اول مراحل التغيير 265 صحيفة والتي تشهد بين فترة واخرى اختفاء وظهور صحف ومجلات تبعا لعوامل ومتغيرات كثيرة تتمثل بعدم ثبات الوضع في العراق والذي يتأرجح بين التوتر والانفراج في معظم مرافقه وملفاته السياسية وتؤثر على الصحافة ووسائل الاعلام التي شهدت التوسع والانتشار الكبير كما ونوعا من حيث العدد والحجم قياسا بما كان موجوداً سابقا ، لكنه بالمقابل شهد عمليات اغتيال وتصفية وخطف لعشرات من الصحفيين والعاملين بالاعلام وانعكست آثارها على الصحف والمجلات التي اصبحت هويتها وانتشارها وقوتها وتقبل الناس لها بمدى هوية قوة وسلطة الجهة او الحزب الذي يصدرها او يمولها ، وهو ما ادى الى ظهور نوع جديد من الصحف المجانية ومن نمط خاص غير موجود وغير مصنف ضمن ما ظهر وتبين في البحث حيث يقوم اصحاب المكتبات وموزعو الصحف بتوزيع الصحف غير المباعة " ويتم توزيع العديد من الصحف الاخرى مجانا بموافقة الجهات الصادرة عنها لعدم اقبال القراء عليها " (الموسوي ، 2998 ، جريدة الصباح) كما يتم توزيع العشرات من الصحف المجانية في العراق وهي الصحف التي تصدرها قوات التحالف ومراكز الاعلام في العشرات من الجهات والمنظمات التي تعمل في العراق وتحت تسميات ومظلات عديدة ، حيث

تصدر في المنطقةالخضراء في بغداد عدد منها ، كما تصدر في الموصل صحيفة الموصل عن قيادة قوات التحالف وتصدر في اربيل صحيفة مجانية عن القوات الكورية الجنوبية المتمركزة فيها كما كانت تصدر في السماوة صحيفة توزع مجانا من قبل القوات اليابانية وغيرها وهي اشبه بمنشورات دعائية ومقالات تدعو المواطنين الى التعاون في سبيل بسط الامن والقضاء على الارهاب واحلال السلام.

الفصل الثامن

فن المقال الصحفي

من أشهر قواعد العمل الصحفي أن " الخبر مقدس و التعليق حر " حيث يدخل المقال في إطار هذا التعليق بما يميزه عن غيره من الفنون الصحفية بحيث يعد العنصر الشخصي ركنا أساسيا من أركانه.

و يختلف المقال الصحفي عن باقي الفنون التي تم استعراضها من حيث أنه تعبير ذاتي وشخصي عن الأفكار والخبرات والاتجاهات، حتى لو كان هذا التعبير معارضاً في مضمونه لأفكار وخبرات واتجاهات أخرى.

وكلمة " مقال " تعني : محاولة أو خبرة أو تجربة أولية ورغم أن بداية الصحافة الأولى في العالم كانت صحافة مقال وتحولت إلى صحافة خبر إلا أن المقال لم يفقد أهميته وحيويته ، بل يعتبر مؤشراً من مؤشرات الديمقراطية والحريات التي يتمتع بها بلد دون الآخر خاصة المقالات النقدية التي تهاجم مظاهر الفساد والسياسات غير السوية في المجتمع أيا كان مصدرها ، كما يدل المقال على نضوج المجتمع واتجاهات الرأي العام فيه . ويعبر أحد الخبراء عن المقال بكلمات فيقول عنه: المقال رسالة من العقل إلى العقل والقلب .

أما المقال كما عرفه د. محمود أدهم فهو : " فكرة يقتنصها الكاتب خلال معايشته الكاملة للأنباء والآراء والقضايا والاتجاهات والمشكلات المؤثرة على القراء والمجتمع بحيث يعرضها ويشرحها بالتأييد أو المعارضة بلغة واضحة وأسلوب مبسط يعكس شخصيته وفكره " .

و تعرفه دائرة المعارف البريطانية على أنه: " إنشاء متوسط الطول يكتب للنشر في الصحف و يعالج موضوعا معينا بطريقة مبسطة و موجزة على أن يلتزم الكاتب حدود الموضوع".

غير أن هذا التعريف لا يشمل المقال التحليلي الذي يحتاج كاتبه إلى تناول القضية بأبعادها المخلفة لذا عادة ما تكون مساحته كبيرة.

ـ أنواع المقال الصحفي :

للمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت تتطور حتى صار كل منها يشكل فناً صحفياً قائماً بذاته وهي:

1/ المقال الافتتاحي.

2/ المقال العمودي.

3/ المقال النقدي.

4/ المقال التحليلي.

5 / مقال اليوميات.

و قد تجد بعض الكتاب يجتهدون في وضع أنواع أخرى من المقالات غير تلك المذكورة ، و من هذه الأنواع المقال التفسيري و المقال المتخصص و مقال المناسبات و مقال الفكاهة.

وظائف المقال الصحفي:

المقال الصحفي لا يكتب فقط للتعرف على الآراء بصورة مجردة أو لتبادل الأفكار فقط وإنما يؤدي العديد من الوظائف أهمها :

1/ الإعلام: بتقديم معلومات وأفكار جديدة عن قضايا ومشكلات تشغل بال الرأي العام.

2/ الشرح والتفسير: من خلال التعليق على الأخبار والأحداث اليومية بهدف استجلاء أبعادها ودلالاتها.

3/ التثقيف: عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.

4/ الدعاية السياسية : بنشر سياسات الحكومات والأحزاب ومواقفها المختلفة من القضايا.

5/ تعبئة الجماهير: بهدف خدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو للإسهام في إثارة الجماهير وحشد طاقاتها وتحقيق التنمية الوطنية.

6/ تكوين الرأي العام: من خلال التأثير على اتجاهات الرأي السائدة في المجتمع بالسلب أو الإيجاب.

7/ التسلية والإمتاع: للترويح عن القراء مع ارتباط التسلية بهدف معين.

8/ تنمية المجتمع في المجالات المختلفة.

9/ الدفاع عن المباديء السامية و العقيدة الإسلامية في مواجهة الادعاءات الزائفة بحقه.

10 / الدفاع عن الحريات التي لا تتناقض مع المباديء و الأخلاقيات.

ـ بأي لغة نكتب المقال ؟

المقال الصحفي يختلف عن المقال الأدبي الذي يعرض تجربة الكاتب الذاتي وعواطفه ومشاعره وعن المقال العلمي الذي يعتمد أساسا على الحقائق والنظريات العلمية فهو وسط بين الاثنين لأن فيه شئ من " ذاتية الكاتب الأدبي وموضوعية العالم ".

فلغة المقال الصحفي أقرب إلى لغة الحياة العامة بمعنى أن يفهمها كل الناس على اختلاف مستوياتهم التعليمية أو الثقافية ، ولكنها ليست اللغة العامية.

ويصف البعض هذه اللغة بالقول : لغة العربية الفصحى المعاصرة أو فصحى عصر الصحافة والإعلام .

ـ البناء الفني للمقال :

يتكون البناء الفني الأساسي للمقال من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة و الجسم و الخاتمة. ويكتب بقالب الهرم المعتدل على عكس كتابة الخبر الصحفي، بحيث لا يمكن الاستغناء عن أي جزء منهم لأن ذلك يقلل من شأن المقال ويحد من فاعليته، وإن كانت الخاتمة هي الأقل حظا بين كتاب المقال وهو ما يقتضي الانتباه إليه.

و تضم هذه الأجزاء:

المقدمة : كل موضوع صحفي يبدأ بمقدمة وفي المقال نبدأ بمدخل تمهيدي للفكرة لإثارة انتباه القارئ وشده لمتابعة بقية المقال ، كما يمكن أن تتضمن فكرة جديدة مثيرة أو قضية تشغل بال الرأي العام ، أو تعليقا على خبر هام يتداوله الناس أو وصفا لمشكلة خطيرة وحساسة في المجتمع .

الجسم : وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الحيوية والجوهرية (الدسمة) في المقال ،ويضم البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بالموضوع ، الأدلة والأسانيد المؤيدة لوجهة نظر الكاتب ،أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة والخلفية التاريخية للموضوع .

الخاتمة: وهي أهم أجزاء المقال التي يتوقف عليها مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بفكرة الموضوع وبآراء الكاتب وغالبا ما تضم واحدا من النقاط التالية:

خلاصة ما توصل إليه الكاتب من آراء، دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد حلول للقضية أو المشكلة المطروحة لتفعيل دوره أو دفع القارئ لاتخاذ موقف معين اتجاه موضوع مطروح أو النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء عامة وللمرتبطين بالموضوع خاصة.

أنواع المقالات الصحفية

ونقدم فيما يلي نبذة مختصرة للتعريف بكل نوع من أنواع المقالات الصحفية التي ورد ذكرها:

1/ فن المقال الافتتاحي(الافتتاحيات) :

ويقوم على أساس شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه هذه الأحداث والقضايا المجتمعية أو الدولية.

والمقال الافتتاحي الذي تراجعت مكانته في الصحف اليومية (لازالت صحيفة القدس هي الصحيفة اليومية الوحيدة الذي تحافظ عليه بصورة دورية من خلال مقالها - حديث القدس -) يربط القراء بالصحيفة من ناحية، وبالأحداث اليومية الجارية من ناحية أخرى.

ولأنه يعبر تماما عن سياسة الصحيفة فإن مهمة كتابته تسند إلى رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الصحيفة والمؤسسة وهو لا يوقع باسم كاتبه لأنه يمثل رأي المؤسسة لا رأي الشخص.

أما المعادلة التي يقوم عليها المقال الافتتاحي فهي: محاولة الربط بين سياسة الصحيفة وبين طبيعة النظام السياسي والاجتماعي في البلد الذي تصدر فيه ثم مراعاة الجمهور المستهدف من القراء.

وموضوعاته شاملة للأخبار والأحداث والمشاكل التي تشغل الرأي العام إضافة إلى القضايا الاقتصادية والثقافية وحتى الرياضية في بعض الأحيان.

أنواعه:

ومن أنواعه التي وضعها بعض المختصين: المقال الافتتاحي الشارح المفسر، و المقال الافتتاحي النزالي، و المقال المستكشف، و المقال المقارن إضافة إلى المقال التحذيري و المقال الشامل.

خصائص المقال الافتتاحي:

و يتميز المقال الافتتاحي بالخصائص التالية:

1 - التعبير عن سياسة الصحيفة سواء كانت هذه الصحيفة مستقلة أو تابعة لحزب من الأحزاب أو معبرة عن اتجاه سياسي أو اجتماعي أو فكري في البلد الذي تصدر فيه.

2 - متابعة الأحداث اليومية سواء تلك التي تقع في النطاق المحلي أو تلك التي تقع على النطاق الدولي.

3 - الاهتمام بالقضايا التي تهم الرأي العام وتشغل أذهان القراء.

4 - ضرورة إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا التي يتناولها المقال الافتتاحي بالشرح والتحليل.

5 - استخدام لغة سهلة بسيطة وأسلوب واضح محدد يتلاءم وطبيعة قراء الصحيفة الذي تختلف مستوياتهم الثقافية.

6 - القدرة على إقناع القارئ بالقضية أو الرأي الذي تنادى به الصحيفة بما يقدمه الكاتب من حجج منطقية وأدلة كافية.

كتابة المقال الافتتاحي:

يكتب المقال الافتتاحي بطريقة الهرم المعتدل أي يتكون من ثلاثة أجزاء هي:المقدمةو الجسم. و الخاتمة.

أولاً/ مقدمة المقال الافتتاحي:

وهي تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يدور حولها المقال وهذه المقدمة يمكن أن تضم النقاط التالية:

1 - عرض فكرة مثيرة لاهتمام القراء.

2 - طرح قضية هامة تمس مصالح القراء.

3 - وصف مشكلة خطيرة صارت حديث الناس في المجتمع.

والمقدمة تقوم بعدة وظائف هي:

1 - تهيئة ذهن القارئ لموضوع المقال.

2- إعادة تذكير القارئ بالخبر أو الحادثة أو القضية موضوع المقال.

3- جذب انتباه القارئ ودفعه إلى قراءة المقال عن طريق الطرح الجديد والشيق للموضوع.

ثانياً/ جسم المقال الافتتاحي:

وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في المقال و قد يحتوي على النقاط التالية:

1- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن الموضوع.

2- الأدلة والحجج والأسانيد التي تؤيد وجهة نظر كاتب المقال.

3- الخلفية التاريخية للموضوع.

4- أبعاد الموضع ودلالاته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية.

ووظيفة جسم المقال الافتتاحي تنحصر في النقاط التالية:

1- تقديم البيانات الكافية لإشباع رغبة القارئ في الموضوع.

2- تقديم الحجج المنطقية التي تدعم وجهة نظر الصحيفة في الموضوع.

3- إقناع القارئ بموقف الصحيفة أو سياستها تجاه موضوع المقال.

ثالثا/ خاتمة المقال الافتتاحي:

و الخاتمة هي أهم أجزاء المقال وعليها يتوقف مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بسياسة الصحيفة.

وغالبا ما تضم الخاتمة النقاط التالية:

1 - خلاصة الآراء والأفكار التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال.

2 - دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد الحلول للقضية أو المشكلة المطروحة إن كان الأمر يفترض مشاركة القارئ أو تعبئته لتحقيق هدف معين أو لتنفيذ خطة معينة.

3 - دفع القارئ إلى اتخاذ موقف معين تجاه موضوع معين.

2/ فن العمود الصحفي:

المقال العمودي عبارة عن مساحة محدودة من الصحيفة تضعها الصحيفة تحت تصرف أحد الكتاب للتعبير من خلالها عن آرائه وأفكاره وخواطره دون أن تشترط عليه التزامه بسياستها مع الحرص على عدم المعارضة القوية لها .

ويعتبر المقال العمودي من أكثر المقالات قبولاً وقراءة وصدى لدى القراء لأنه يمتاز " بخفة الظل " النابعة من قصر مساحته وبلاغة كلماته وقوة معانيه وتجدد موضوعاته خاصة المقالات العمودية اليومية.

خصائص العمود الصحفي:

1- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها بين جمال اللغة الأدبية.

2- يعبر عن التجربة الذاتية للكاتب.

3- يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب والقراءة.

4- يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافة والتي تقول: أكبر كم من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ.

العناصر الثابتة في المقال العمودي:

والمقال العمودي إضافة إلى أنه يحمل توقيع واسم كاتبه فلابد أن يحافظ على عدد من العناصر الثابتة و هي:

- أن ينشر في صفحة ثابتة.
- له عنوان عمودي ثابت بخلاف عنوان المقال المتغير حسب الموضوع.
- أن يكون له موقعا ثابتا على الصفحة الثابتة.
- أن تكون له دورية نشر دورية نشر ثابتة.

وتمتاز موضوعاته بالحيوية البالغة والإثارة الهادفة ولا يوجد قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها الكاتب، فمن حقه أن يكتب في السياسة والاقتصاد والأمن والثقافة والفن والأدب وغير ذلك مع اختلاف زاوية المعالجة للموضوع.

فكاتب المقال العمودي الذي يفترض في مساحته أن يكون محدودة عليه أن يهتم بمعالجة الموضوع الذي يطرحه من زاوية محددة ومركزة دونما تشتت أو توسع.

و من أمثلة المقالات العمودية في الصحافة الفلسطينية: مقال دفاتر الأيام و أطراف النهار لحسن البطل في صحيفة الأيام، و مقال حياتنا لحافظ البرغوثي، و مقال حديث الأربعاء لأحمد دحبور في صحيفة الحياة الجديدة.

و يشار هنا إلى أن فن المقال العمودي الصحفي انتشر بصورة واسعة و ملحوظة في الفترة الأخيرة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية و العربية على حد سواء.

- أسلوب المقال العمودي:

يتوفر في أسلوبه قدر من الأسلوب الأدبي الجمالي من حيث الاعتناء بالألفاظ واستخدام الصور البيانية والموسيقى اللفظية شريطة عدم الإغراق فيها حتى لا يصبح أدبا خالصا ويتحول إلى خاطرة و يصفه البعض على أنه (وجبة سريعة دسمة).

كما يغلب على أسلوب المقال العمودي الأسلوب النقدي من خلال تناول بعض القضايا و الأفكار و تقديم وجهة نظر مخالفة أو معارضة للفكرة.

و يميل المقال العمودي إلى الاهتمام بالشؤون العامة، لذا يهتم البعض بمعالجة هذه القضايا المتجددة بأسلوب نقدي قائم على السخرية (المضحك المبكي) تجاه الظواهر السلبية في المجتمع.

كتابة العمود الصحفي:

يكتب العمود الصحفي كما المقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء(مقدمة، جسم، خاتمة).

أولاً/مقدمة العمود الصحفي:

مدخل أو زاوية يمهد بها الكاتب لموضوع العمود وهذا المدخل أو الزاوية يمكن أن يشمل على النقاط التالية:

1. خبرا من الأخبار أو حدثا من الأحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت انتباهه ويرى أنها تهم القراء في نفس الوقت.
2. فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح أو إلى تفسير وتعليق أو إلى استخلاص العبرة منه.
3. قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير اهتمامهم، وللكاتب أو القضية وجهة نظر يريد الإفصاح عنها.

ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناول الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها.

4. حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف، أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف، وأحيانا يبدأ العمود بتصريح هام لشخصية من الشخصيات التي تلعب دورا في الأخبار اليومية فيستند إليه كاتب العمود في إبراز الفكرة التي يريد قولها.

ثانياً/جسم العمود الصحفي:

وهو يضم جوهر المادة يحتويها العمود الصحفي وقد يشمل النقاط التالية:

1. الأدلة أو الشواهد أو الحجج التي يؤكد بها الكاتب رأيه.

2. تفاصيل الحدث أو الصورة الحية أو القصة أو المشكلة أو القضية التي يطرحها الكاتب على القراء.

3. وعندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ.

ثالثا: خاتمة العمود الصحفي:

وقد تشمل خاتمة العمود الصحفي على واحد من النقاط التالية:

1. خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها.
2. العبرة أو الموعظة أو الحكمة .

طريقة عرض مادة المقال العمودي:

وللعمود الصحفي أنواع متعددة لعرض مادته تختلف باختلاف مضامينها وهذه الأنواع هي:

1- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء وتمس مشاعرهم.

2- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية (المضحكة المبكية).

3 العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.

4- العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه

(المونولوج) أو يأخذ شكل الحوار مع غيره (الديالوج).

5- العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ بعد أن يجيب على سؤال يقدم له من قارئ في الأعمدة التي يكون موضوعها الإجارة على بعض أسئلة القراء.

3/ المقال النقدي:

ويقوم المقال النقدي أساساً على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، بهدف توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته على اختيار ما يقرأ ويشاهد ويسمع من وسط الكم الهائل من الإنتاج المتدفق على كافة المستويات.

و يتضمن تقييم شكل ومضمون العمل الفني أو الأدبي أو العلمي الكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية، وليس فقط الجوانب السلبية، *وتقوم عملية التقييم على أساسين هما :* إتباع الأصول العلمية والقواعد والنظريات وانطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفكرية .

مجالات المقال النقدي:

و تتسع مجالات المقال النقدي لتشمل غالبية النشاط الإنساني:

❖الإنتاج الأدبي : من قصص وروايات وشعر وأغاني .

❖الإنتاج المسرحي : مطبوعا أو معروضا على المسرح .

❖الإنتاج السينمائي: أفلام كارتون ، أفلام تسجيلية ، أفلام وثائقية .

❖الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني: تمثيليات ، أغاني ، وبرامج متنوعة .

❖الإنتاج التشكيلي: رسوم كاريكاتورية ،صور ، نحت .

❖الإنتاج العلمي: مؤلفات ، كتب ، دراسات وأبحاث .

وظائف المقال النقدي:

1. عـرض وشـرح وتفسـير وتحليـل الأعمـال الأدبيـة الفنيـة والعلميـة والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.
2. تقيـيم شـكل ومضـمون العمـل الفـني والأدبـي والعلمـي وذلـك بالكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.
3. إرشـاد القـارئ ومعاونتـه علـى اختيـار أفضـل الأعمـال الفنيـة أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى المرتفع، فالمقـال النقـدي هو الذي يشير مثلا على القارئ بالفيلم الـذي يستحق أن يشـاهده والفيلم الذي لا يستحق.
4. الكشـف عـن آثـار ونتـائج العمـل الفـني والأدبـي علـى الجمهـور المتلقي. فالناقد السينمائي لا يهتم فقط بإبراز نـواحي الجمـال أو القبح ولا بنواحي الجودة أو الـرداءة في الفيلم الـذي ينقـده، وإنمـا يمكنه أن يقوم أيضا بالإشارة إلى تـأثير هـذا الفـيلم علـى جمهـور المشاهدين.

لغة المقال النقدي:

المقال النقدي يجمع بين اللغة الصحفية واللغة العلمية، بـين جمـال وذوق اللغة الأدبية، مع ضرورة أن تتوفر فيه أيضا ملامح وخصائص اللغة الصحفية أي البساطة والوضوح والسهولة والنقد نفسه سواء كان نقدا أدبيا أو فنيا أو علميا يقوم على أساسين:

الأول: النظريات والقواعـد والأصـول العلميـة، والناقـد الأدبـي أو الفـني أو العلمي ملتزم في كتابته للمقال النقدي بقواعد وأصول ونظريـات العلم الذي تخصص فيه.

الثاني: انطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفنية والفكرية الخاصة فالمقال النقدي ليس مجرد عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد عليمة صارمة والخروج منها بنتائج محددة وإنما هو في نفس الوقت علم وفن، ومزيج بين موضوعية العالم وذاتية الفنان، ولعل هذا هو الذي يفرق بين ناقد وآخر رقم أنهما قد يتصديان لنقد عمل واحد.

بناء المقال النقدي:

يقوم بناء المقال النقدي على طريقة الهرم المعتدل تماما كالمقال الافتتاحي و العمود الصحفي بحيث يتضمن ثلاثة أجزاء.

أولاً / مقدمة المقال النقدي و تشتمل على النقاط التالية:

1- القضية أو المشكلة أو الفكرة الهامة التي يثيرها موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.

2- التجديد أو التطوير أو العنصر الجديد الذي يطرحه شكل ومضمون هذا العمل.

3- مدى إقبال الجمهور على العمل أو مدى إعراضه عنه.

ثانيا/جسم المقال النقدي:و يضم النقاط التالية:

1- عرض موضوع العمل النفي أو الأدبي أو العلمي.

2- تحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة للعمل.

3- تقديم المعلومات الخفية أو التاريخية للعمل نفسه.

4- المقارنة بين هذا العمل وغيره من الأعمال المشابهة.

ثالثا/ خاتمة المقال النقدي: و تشمل النقاط التالية:

1- التقييم النهائي للعمل وتحديد مستواه بالنسبة لغيره من الأعمال المشابهة.

2- دعوة القارئ إلى سماع أو مشاهدة أو قراءة هذا العمل أو دعوته إلى عدم الاهتمام به.

4/ المقال التحليلي :

يعد المقال التحليلي من أكثر المقالات تأثيرا حيث يمتد أثره إلى مدة أطول لأنه يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا.

ويتناول هذا المقال الأحداث والوقائع بالتفصيل مع الربط فيما بينها وبين غيرها من الوقائع واستنباط ما يراه من آراء واتجاهات واستنتاج أحداث وتوقعات مستقبلية.

و يحتل الموضوع السياسي النصيب الأوفر من المقالات التحليلية لمدى الترابط بين الموضوعات السياسية وشئون الحياة المختلفة وتداعيات الحياة السياسية ، إلى جانب حشد أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

تعريف المقال التحليلي:

هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيرا حيث يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام، كما يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها بين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل.

ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث فهو غالبا ما يكون أسبوعيا ولو كان ينشر في صحيفة يومية وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة أو أكثر في بعض الأحيان.

وظائف المقال التحليلي:

للمقال التحليلي عدة وظائف هامة ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

1- عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها.

2- مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.

3- التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع وطر وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

كتابة المقال التحليلي:

يكتب المقال التحليلي _شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحفي على قالب الهرم المعتدل، ويحتوي على مقدمة وجسم وخاتمة.

ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكبر حجم مساحته في الصحيفة وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بأن يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

خامساً: فن اليوميات الصحفية:

اليوميات الصحفية ليست في حقيقة الأمر سوى مجموعة من الأعمدة يكتبها كاتب واحد مرة واحدة في الأسبوع، فالفقرات التي تضمها اليوميات إذا أخذت كل منها على حدة لما اختلفت كل فقرة منها عن العمود الصحفي في شيء سواء في موضوع اليوميات أو لغتها، أو في بنائها الفني القائم على الهرم المعتدل.

فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة والاقتصاد والاجتماع وقضايا الفكر والفن والأدب وكذلك مشاكل الناس وهمومهم ولغة اليوميات تجمع شأنها شأن العمود الصحفي بين بساطة اللغة الصحفية وجمال اللغة الأدبية، وكذلك في كونها تقوم على التجربة الذاتية للكاتب.

وقد انتشرت اليوميات الصحفية في الصحافة العالمية والعربية في النصف الأول من القرن (الماضي) وخاصة في أوقات ازدهار صحافة الرأي ولكن كثيرا من الصحف بدأت تخلي صفحاتها من هذا الفن الصحي مع بداية ربع القرن الأخير، حيث بات من النادر أن تجد صحيفة تفرد مساحة من صفحاتها لهذا الفن، وبعد أن كان فن اليوميات بابا رئيسيا من أبواب الصحف والمجلات العربية- وغالبا ما تفسح له صفحتها الأخيرة- صار من النادر أن تجد صحيفة أو مجلة عربية ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية ويمكن أن نرجع هذا التراجع إلى عاملين:

الأول: أن فن العمود الصحفي صار يؤدي جميع وظائف اليوميات بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة التي يشغلها من الصحيفة.

والثاني: تراجع صحافة الرأي وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة.

لتخطيط لكتابة مقال

ـ أريد أن أكتب مقالا .... من أين أبدأ وكيف ؟

إذا رغبت بكتابة مقال ولم تمارس من قبل هذا النوع من الكتابات الصحفية فيمكنك الاسترشاد بالخطوات التالية حتى تسهل عليك عملية الكتابة، وهي على النحو التالي:

1- تحديد الفكرة الرئيسة للمقال الذي تريد الكتابة حولها، مع تحديد المصادر التي ستلجأ إليها في عملية جمع المعلومات حول الفكرة لتكون أكثر نضوجاً لديك.

2- أكتب ملخصاً عن فكرة مقالك التي اخترتها في سطرين أو ثلاثة للتأكد من أن المقال الذي ستكتبه قدم تفصيلا وافيا حول الفكرة والتزم بها.

3- قسم مقالك إلى عناصر ونقاط وابدأ عملية جمع المعلومات وترتيب الأفكار حولها قبل الشروع في كتابتها لتعرضها بصورة متسلسلة ومنطقية ومترابطة، بحيث تخدم فكرة المقال الرئيسة .

4- لا تكتف بعرض الحقائق والآراء مجردة في بعض الأحيان بل ابحث عن دلالاتها وأبعادها مع ربطها بحقائق أخرى للخروج بأفكار جديدة للقراء وللابتعاد عن إعادة كتابة ما تم نشره.

5- أنت وصلت بذلك لمرحلة الكتابة النهائية للمقال بعد أن قسمته إلى ثلاثة أجزاء (مقدمة – جسم – الخاتمة) فاشرع في كتابة مسودة أولية واتبعها باستكمال ما تبقى من معلومات ناقصة وعمليات حذف أو إضافة وإجراء المراجعة اللغوية والأسلوبية قبل تقديم المقال بصورته النهائية للجهات المعنية لنشره.

ـ شروط الكتابة الجيدة للمقال :

والكتابة متعة وليست مجرد عملية عرض لآراء وأفكار، ويرى البعض أن كتابة المقال هي تجربة أصعب من تجربة الكتابة في الفنون الصحفية الأخرى التي تعتمد بدرجة أكبر على المعلومات التي يتم تجميعها والوصول إليها من مصادرها المختلفة.

ولأن الكتابة الجيدة تحتاج إلى مزيد من الممارسة ، فإن لها شروط يجب أن تتحقق وتتضح من خلال كتاباتك وهي:

1- صحة اللغة وسلامة التعبير .

2- الترابط والتجانس دون الانتقال المفاجئ المريك بين الجمل والفقرات.

3- الإقناع والتأثير وصولا إلى تحقيق هدف الكتابة ، ويتم ذلك من خلال اللجوء إلى : أسلوب الإقناع العقلي اعتمادا على الحجج والدلائل والحقائق ثم أسلوب التأثير العاطفي الوجداني انطلاقا من المشاعر والأحاسيس المحيطة بالكاتب والقضية .

4- عرض تجربتك الإنسانية دون الحديث الشخصي الذاتي (الأنا) وإنما توظيف التجربة في الحديث عن الأشياء والموضوعات.

5- الجمع بين المتعة والفائدة ويتم ذلك من خلال : أسلوب السخرية أو التهكم ، الأسلوب القصصي ، توظيف أحداث الحياة اليومية ، تجنب التكرار والإطالة والاستطراد .

6- حسن تنظيم وتقسيم الجمل والفقرات وإتقان أسلوب الكتابة فيها .

7- مراعاة علامات الترقيم لزيادة التوضيح والترابط.

اختيار موضوع المقال:

إن اختيار موضوع المقال يتطلب من الكاتب أن يختار موضوعاً يعرف عنه قدراً كافياً من المعلومات، وأن يكون موضوع مقبولاً من جانب القراء الذين يكتب لهم ويؤخذ الموضوع عادةً من الحياة، مثل: تجربتي ، تعلّم اللغة الإنكليزية ، حادث شاهدته ، قراءة الصحف، تجربة مرعبة.

تحديد الهدف من المقال:

إن أحد العوامل التي يتوقف عليها النجاح في الكتابة هو تحديد الهدف. وهذا التحديد يساعدنا على أمرين: معرفة ماذا نكتب؟ وكيف نكتب؟

الفصل التاسع

مآل الصحافة الدولية

تعرضت الصحافة خلال العقود الماضية إلى ضغوطات كبيرة من داخل المؤسسات الصحافية، ومن خارجها. وتحديدا تواجه الصحافة منذ السنوات الأخيرة من نهاية القرن العشرين تحديات صعبة من المنافسة مع الوسائل الجماهيرية الأخرى، وخاصة ظهور وانتشار الإنترنت في العالم. كما تواجه الصحافة التقليدية تحديات من المدارس الحديثة في الصحافة، أثرت على مضمون وشكل الصحافة التقليدية، مما استدعى إعادة هيكلة وبناء وتفكير ف النمط التقليدي للصحافة التي تآلف معها القراء على مر العقود السابقة. وبناء على هذه المعطيات، تحاول هذه الدراسة التعرف على الاتجاهات الحديثة في الصحافة العالمية من مختلف جوانب العمل المهني للصحافة. وتحديدا تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما ابرز الإتجاهات الإعلامية الحديثة؟
2. هل ماتت الصحافة؟
3. ما أهم التوجهات في المضامين التحريرية للصحافة العالمية؟
4. كيف تأثرت أرقام توزيع الصحف في الحقبة الجديدة؟
5. ما مدى تأثير الصحافة المجانية على الصحافة المدفوعة؟
6. ما تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية؟
7. ما تأثير صحافة المواطنين (الإعلامات الشخصية) على الصحافة؟
8. ما ملامح التكيف لوكالات الأنباء العالمية مع متغيرات الإعلام والصحافة؟
9. ما أبرز الإتجاهات الحديثة في مقاسات الصحف والتصاميم الفنية؟

تحاول الدراسة استعراض أحدث البحوث والدراسات في مجال الصحافة والإعلام لاستشفاف ملامح الاتجاهات الحديثة. كما تعرض الدراسة لوصف تطوري لأهم الصحف العالمية في عدد من الدول الأمريكية والأوروبية والآسيوية، حيث ان هذه الصحف تقود عمليات التغيير التي تؤثر على باقي صحف العالم.

الإتجاهات الإعلامية الحديثة:

وفي التقرير السنوي عن الصحافة الأمريكية لعام 2004م، في إطار مشروع التميز في الصحافة (الإعلام) الذي أعده معهد تابع لجامعة كولومبيا بنيويورك، ومولته مؤسسة بيو PEW ، تم تحديد ثمانية مجالات تحول في الإعلام الإمريكي بشكل عام والصحافة بشكل خاص[1]:

1. من الملاحظ تنامي المنافذ الإعلامية الإخبارية بشكل كبير خلال السنوات الماضية، يقابله ثبات او انكماش في حجم الجمهور الإعلامي المفترض ان يتابع هذه القنوات الإعلامية، ويترتب على هذا الوضع تنامي الفقد من جمهور هذه الوسائل الإعلامية الإخبارية. وهذا يؤدي بالضرورة الى تقلص الإيرادات المادية من الإعلانات لهذه القنوات. ويمكن من هذه الظاهرة استثناء حالات معينة تنامى فيها جمهور وسائل الإعلام، وهي وسائل الإعلام الإلكترونية، ووسائل الإعلام ذات التوجهات العرقية، ووسائل الإعلام غير التقليدية.

---

(1) The state of news media: An annual report on American journalism, Journalism. Org.

2. معظم الاستثمارت الإعلامية تقع في الجانب التوزيعي والترويجي، وليس في الجانب المهني المعني بجمع المعلومات وتقارير الأخبار والأحداث، مما ترتب على ذلك تقليص الاهتمام بغرف الأخبار والنشاطات الميدانية للإعلام، حيث تقلصت أعداد الصحافيين وانخفضت المخصصات المادية الموجهة لمثل هذا الغرض. ولا شك أن النتيجة المهمة التي أفرزتها هذه الأوضاع هي انخفاض مستوى النوعية الجيدة والمهنية المطلوبة في أداء الإعلام.

3. معظم وسائل الإعلام – الخبرية بشكل خاص – تركز على المادة الخام في نقلها للإحداث المحلية والدولية بدون أي معالجات مهنية تذكر. وتحولت هذه المواد الخام من مما كانت عليه كمرحلة في دورة مهنية متكاملة، الى مرحلة نهائية بذاتها بدون جهود لتحسين او معالجة او إعادة بناء إعلامي لها. وهذه الحالة هي انعكاس طبيعي لقنوات الأربعة والعشرين ساعة، التي أحالة المادة الحدثية الى مجموعة عناصر متفككة تتسم بالفوضى وعدم التوازن، وبدون أدنى تنسيق زمني او منطقي لهذه الأحداث. وفي بعض القنوات الإخبارية يتم فقط تحديث الأخبار دون إعادة بناء للهيكل العام لهذه الأحداث.

4. اختلفت المعايير الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية، وداخل المؤسسة الإعلامية الواحدة، فلم تعد هناك قيم واحدة توجه كل البرامج والمحتويات الإعلامية في المؤسسة الواحدة. واصبح الهدف الذي تسعى اليه المؤسسات الإعلامية هو تقديم أكبر شريحة من القراء او المستمعين او المشاهدين الى المعلن بأي طريقة ممكنة، من خلال مختلف برامجها واقسامها الإعلامية. ولهذا فإن القناة

الواحد قد تبني سياستها البرامجية على مبدأ الحصول على شرائح مختلفة من الجمهور. فقد تغض النظر عن القيم الإخلاقية والمهنية في برامج وترفعها في برامج أخرى من أجل الحصول على هذا التنوع الشرائحي للجمهور. فقد تكون الأخبار ذات طابع ومعيار عالي الجودة، بينما تعمل البرامج الحوارية والجماهيرية على مستوي متدني من القيم والمعايير المهنية. وهذا ما يلغي وجود الهوية الواحدة التي تميز كافة برامج القناة الواحدة، وتصبح هذه القناة بهويات وتوجهات متباينة.

5. معظم المؤسسات الإعلامية تتجه الى رفع ربحيتها ليس من خلال التوجه الى جمهور جديد، ولكن من خلال عدد من الإجراءات التي تتخذها في تقليص كوادرها ومكاتبها ومحرريها الميدانيين. وهذه الإجراءات لا تصب في خدمة الأداء المهني لوسائل الإعلام، بل تؤكد انخفاض المستوى المهني لهذه الوسائل. وربما يظل السؤال الى أي مدى ستحاول هذه الوسائل الاستمرار في هذا النهج، والى أ ي مدى ستستطيع أن تقنع المعلنيين بإن الجمهور لا زال حاضرا، او في تنامي، بينما الحقيقة هي غير ذلك، فالجمهور في تقلص والمنتج الإعلامي في تردي.
6. تتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الإندماج بين وسائل الإعلام، وهذه حقيقة تصبح شبه حتمية في المستقبل. وتحديدا فإن المعركة الأساسية هي مجال الإعلام الإلكتروني، حيث بدأت وسائل الإعلام تتصادم في هذا الموقع، واصبحت هي منطقة جذب لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن الحدود التي

كانت تفصل بين وسائل الإعلام – المقروءة والمسموعة والمرئية – بدأت تتقلص الى درجة الانتفاء تقريبا في المستقبل المنظور، وجميعها بدأ يتوجه لساحة معركة واحدة هي المنطقة الإلكترونية الجديدة، التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الإعلامي الجديد.

7. ربما لا يكون السؤال المهم هو سؤال تقني، بل هو سؤال اقتصادي في محور التحولات الجديدة في الإعلام. فهل التحول الى الإعلام الإلكتروني المعروف بمحدودية ربحيته في الإشتراكات والإيرادات الإعلانية سيضيف النوعية والتنوع المطلوب في مجال جمع المعلومات والإخبار، حيث أن وسائل الإعلام التقليدية قد خفضت مصروفاتها في هذا الجانب؟ المتوقع منطقيا أن وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤدي الى مزيد من التردي في مجال الخدمة الإخبارية بالمستوى المهني المطلوب، لأنه من غير المتوقع ان يتم ضخ مصروفات مادية كبيرة في هذا الجانب.

8. من المسائل المتعلقة بنفوذ القوى المؤثرة في وسائل الإعلام، يمكن ملاحظة أن هذه القوى المؤثرة في الصحافة والجمهور العام تستمر في تأثيرها على مندوبي ومحرري الإعلام. ونتيجة مبدا العرض والطلب على المعلومات، فيصبح التنافس بين وسائل الإعلام شديدا للحصول على المعلومات، مما يتيح فرصة أن تصبح هذه المصادر الإعلامية قوة مؤثرة على مضامين الإعلام.وقد اشارت عدد من الدراسات لتحليل مضمون قنوات الأربع وعشرين ساعة الى محدودية المصادر الإخبارية التي تعتمد

عليها، مما يجعل التشابه واضحا بين هذه القنوات، وتكون هذه القنوات معرضة لتأثير مصادر معينة دون أخرى.

هل ماتت الصحافة؟

هل يمكن القول أن الصحافة الورقية قد انتهت؟ أو ماتت؟ هذه قضية جدلية، تناولتها الكثير من الأصوات من داخل المؤسسات المهنية في الصحافة، أو في وسائل الإعلام الأخرى، كما تناولها بعض المستثمرين في ميدان الإعلام، إلى جانب عدد من الدراسات من الحقل الأكاديمي. وقد يرى البعض أنه لا يتخيل يوما ما في المستقبل أن لا تكون هناك صحيفة على طاولة الإفطار الصباحي، لأنها أصبحت عادة ستستوجب بقاء الصحف وعدم تلاشيها[1] وقد نشرت مجلة الإيكونومست البريطانية تقريرا عن الصحافة تحت عنوان "من قتل الصحافة؟"، ووصلت المجلة إلى نتيجة مؤداها أن وضع الصحافة هو مصدر قلق، وليس مصدر رعب كما يظن البعض. وقد أشار التقرير إلى أن العقود الماضية قد شهدت انخفاضا في توزيع الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا، واستراليا، ونيوزيلاندا، وقد أسهم الإنترنت في تسريع معدلات الإنخفاض في السنوات الماضية. واستشهدت المجلة بكتاب "نهاية الصحيفة" لفيلب ميير، والذي تنبأ أن عام 2043م (أي أقل من اربعين عاما) سيشهد آخر صحيفة ورقية في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما يقذف بها أحد القراء جانبا بعد أن تكون قد أنهكته قراءة هذه الصحيفة[2].

---

(1) Braid, Florangel, "The Future of Newspaper Industry", Manila Bulletin, September 9, 2006.

(2) The Economist, "The Future of Newspapers: WhoKkilled the Newspaper?", Augest 24, 2006.

استند فيليب ميير Meyer في تحليله التنبؤ بسقوط الصحيفة ونهايتها على أرقام التوزيع للصحف، حيث ذكر أن العقود الثلاثة الماضية شهدت تراجعا في التوزيع، وبشكل منتظم في نسب التراجع. ويرى المهنيون أن الإنترنت هو المسبب وراء هذا التراجع، ولكن الواقع يشير إلى أن الأنترنت هو أحد هذه الأسباب، وليس السبب الوحيد. وهكذا أشار إلى أنه في حالة بقاء نسبة الإنخفاض على ما هي عليه، فمن المتوقع أن تسقط الصحيفة في العام 2043م. وعلى الرغم من هذا التوقع التشاؤمي، الا أن ميير يرى أن هناك فرصة مواتية أمام الصحف لإنقاذ ذاتها، اذا اعتمدت النموذج الإقتصادي الذي يقترحه في كتابه، والذي يعتمد على وظيفة المسئولية الاجتماعية للصحافة التي يجب أن تكون هي المنتج الأساسي للصحافة وليس الأخبار أو المعلومات. أي أن نموذج التأثير أو النفوذ هو الذي يجب ان تسوق له الصحف، وليس النموذج التجاري. حيث كشف ميير عن علاقة ايجابية بين التميز الصحافي وبين النجاح التجاري، وهذا ما قاده إلى بناء نموذجه الذي يحاول أن ينقذ به واقع الصحافة في الولايات المتحدة[1].

وفي دراسة مسحية شاملة على عدد كبير من الصحافيين في دول العالم قام بها منتدى المحررين العالمي World Editors' Forum بالتعاون مع معهد زغبي لاستطلاعات الرأي العام، عبرت الأغلبية الكبيرة من المحررين (85٪) عن تفائلهم الكبير أو تفائلهم المتوسط بمستقبل الصحافة في العالم، ولكن نسبة محدودة منهم رأت (35٪) أن الصحافة

---

(1) Meyer, Philip, The Vanishing Newspaper: saving Journalism in the Information age, University of Missouri Press, 2004.

الورقية ستظل هي المصدر الأساسي للأخبار، على الأقل خلال السنوات العشر القادمة[1]

وتوقع الملياردير العالمي روبرت موردوك أن كثيرا من الصحف الحالية في المملكة المتحدة ستلاشى في القريب العاجل، ولن يتحمل سوق الصحف أكثر من صحيفة واحدة في كل سوق صحافية. وقد أشارت أمندا بلاتل Platell إلى أن الأرقام والإحصائيات عن الصحافة البريطانية تدعم هذا التنبؤ من قبل موردوك[2]. وقد انخفضت أرقام التوزيع للصحف البريطانية منذ عام 1995م إلى أكثر من 10٪ حتى عام 2005م. وقد رضخت ثلاث صحف تقليدية كبرى في لندن الى أن تعتمد مقاسات أصغر لصحفها، تنافسا مع باقي الصحف الأخرى التي اعتمدت مقياس أقرب إلى مقاييس صحف التابلويد النصفية، كما أضطرت هذه الصحف إلى أن تعيد النظر في تبويباتها الصحافية لتواكب احتياجات سوق الجمهور من القراء[3] تشير عدد من الدراسات إلى أن الصحافيين أنفسهم يعتقدون أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة في السنوات القادمة. حيث أبان شولتز

---

(1) Cole, Peter, "Fortune favours the brave and the compact revolutionaries", The Independent, May 12, 2007

(2) Platell, Amanda, " Did Rupert Murdoch Get It Wrong? Will the Guardian Outlast All the Other Broadsheet Newspapers? New Statesman, 130:4568, December, 17, 2001, p. 37

(3) Selers, Francis, "Embracing Change: British Dailies Are Trying a Variety of New Approaches in an Effort to Survive and Thrive in a New Media Landscape. Are There Lessons Here for U.S. Papers? American Journalism Review:28:5, October- November, 2006, p. 54

وفواكس Tanjev Schultz , Paul S. Voakes[1] 55٪ من عينة الدراسة من الصحافيين أشارت إلى أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة الأمريكية خلال العشر سنوات القادمة، وقد رأى 4٪ فقط أن الصحافة ستكون أكثر أهمية من الوضع الحالي، وحوالي 40٪ يرون نفس الأهمية دون تغيير. وفيما يبدو أن هذا الاتجاه لأصحاب المهنية هو في تنامي مستمر، حيث أشارت دراسة سابقة قبل سنوات من هذه الدراسة إلى أن نسبة من يرى أهمية أقل كانت حوالي ثلاثين في المائة، مما يعكس هذه النزعة التشاؤمية المتنامية عن مهنة الصحافة.

تمثل الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية أفضل صحافة متقدمة في العالم من الجوانب الفنية والتحريرية لما يمثله السوق الإعلامي من دعم إعلاني، وما يمثله الحدث الدولي من تأثير بحكم ارتباطات واشنطن بكثير من الأحداث الدولية، وما ينعكس على اهتمامات هذه الصحف. وتوجد حاليا في الولايات المتحدة 1453 صحيفة يومية، بمجموع يصل إلى حوالي واحد وخمسين مليون شخص يشتري إحدى الصحف اليومية في الولايات المتحدة، ويوجد أكثر من مائة وأربعة وعشرون مليون شخص يقرأ إحدى الصحف اليومية، أي أن الصحيفة الواحدة يقرأها أكثر من شخص. وقد أوضح تقرير سنوي عن

---

[1] Schultz , Tanjev and Paul S. Voakes, "Prophets of Gloom: Why Do Newspaper Journalists Have So Little Faith in the Future of Newspapers? ", Newspaper Research Journal: 20:2, 1999, p. 23.

حالة الصحافة الأمريكية للعام 2006م، إلى أن جميع المؤشرات عن نمو الصحافة هي مؤشرات سلبية[1]:

1- انخفضت أرقام التوزيع للصحف اليومية بنسبة حوالي 3٪ مقارنة بالعام الذي سبقه.

2- انخفاض في الدخل الإعلاني للصحف، دون بروز أي ايجابيات تشير إلى امكانية التحرك إلى تنمية مثل هذا الدخل الأساسي للصحف.

3- انخفاض في أسعار أسهم الشركات الإعلامية في سوق المال الأمريكية حيث وصل الإنخفاض إلى حوالي 14٪ عام 2006م، بينما كان الانخفاض 20٪ في العام الذي سبقه 2005م.

4- انعكست الحالة الاقتصادية للصحافة على التحرير، حيث اتجهات بعض كبرى الصحف الأمريكية إلى ترشيد نشاطاتها التحريرية، بإغلاق مكاتب لهذه الصحف في بعض دول العالم، وبدأ التركيز على الأعمال والأنشطة المحلية.

التوجهات في المضامين التحريرية:

1- بات من الملاحظ في التوجهات الحديثة وجود قصص إخبارية مطولة، بدلا من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة. كما هناك اتجاه الى تطوير القصص الهامة الى تقارير معمقة عن هذه الموضوعات، حيث أثبتت الدراسات التسويقية رغبة القراء في متابعة القصص الهامة بشكل مطول وعميق بعد أن يكون القارىء قد اطلع على عالم متغير وسريع من الأحداث في التلفزيون والإذاعة، وبقرائته للصحيفة يكون قد خصص وقتا كافيا لمتابعة بعض الأحداث

---

(1) The State of the News Media 2007: An Annual Report on American Journlaism, www.journlaism.org

الهامة، التي يكون قد علم عنها من مصارد اخرى. وقد أشار عدد من رؤساء تحرير صحف أمريكية الى أن ارقام التوزيع تزداد كلما كانت هناك قصص اخبارية تستحق القراءة، وذات طابع انساني، وتكون شيقة ومكتوبة بلغة جاذبة (Hoenisch, 1991).

2- زيادة المقالات التحليلية للأحداث الرئيسة، وبينما تقدم الإذاعة والتلفزيون الأحداث العاجلة على شكل وقائع متفرقة، فان دور الصحيفة هو تقديم هذه الأحداث في صورة كاملة وفي إطار أعم.

3- هناك توجه الى لتوظيف قالب الرواية (قالب الهرم المقلوب)، بدلا من القالب التقليدي في صياغة الأخبار والموضوعات، وخاصة ذات الطابع المسلي والترفيهي. وهذا القالب الروائي يغير من رتابة الأخبار والعروض التحليلة، ويتيح فرصة أكبر لإدخال اللمسة الإنسانية للمحرر عند الكتابة في مثل هذه الموضوعات.

4- تنامي التركيز على القصص الخفيفة، وتقليص الإهتمامات بالقصص الجادة، كالحروب والسياسة وغيرها. وذلك نتيجة معرفة هذه الصحف برغبات القراء واهتماماتهم بمثل هذه المضوعات والقضايا غير الجادة مثل الحياة والمجتمع والرياضة والفن والقصص الإنسانية والترفيه والتسلية، اكثر من اهتماماتهم بالقضايا والموضوعات الجادة.

5- تتوجه الصحافة الحديثة الى طبعات المناطق، بما تشمله من أخبار محلية ومضوعات ذات طابع مناطقي، وكذلك تحمل هذه الطبعات أعلانات محلية تهم شرائح القراء في تلك المناطق.

6- تتوجه بعض الصحف في إطار اهتمامه بالإعلان الى منح مساحات معينة للإعلان على الصفحة الأولى، ولاشك أن حاجة الصحف الى زيادة ايراداتها سيجعل من الخط الذي يفصل بين التحريري والإعلاني خطا

غير واضح، وربما يتلاشى كلما زادت حاجة تلك الصحف الى زيادة ايراداتها الإعلانية. ويجب ملاحظة أن نسبة عالية من الصحف الجادة لا تزال تمنع ظهور الإعلان في صفحتها الأولى، حيث ترى بأنها مقدسة ولا يمكن تعريضها لسطوة الإعلان.

7- تتوجه الصحافة الحديثة الى التخصص اكثر من العموميات، ولهذا تصدر ملاحق منتظمة عن موضوعات متخصصة، مثل الكمبيوتر، التكنولوجيا، البيئة، العلوم. وتتوزع هذه الملاحق بين ملاحق يومية، الى اسبوعية ،وبعضها ملاحق شهرية.

8- هناك توجهات ،لإندماج بين الوسائل الإعلامية، بين الصحف والتلفزة بشكل خاص، ويتم توظيف غرف أخبار مشتركة لخدمة الوسيليتين، كما هي الحالة في كثير من شركات الإعلام الكبرى في الولايات المتحدة واوروبا ، كما هي الحال كذلك في المنطقة العربية بين كل من صحيفة الحياة ومحطة LBC التلفزيونية اللبنانية.

وأشارت عدد من الدراسات الى وجود علاقة غير حميمة بين الشباب والصحافة، فقد أشارت كاثي كوبولجران (Cobb-walgren, 1990) الى أن دراسات جمهور الشباب من غير قراء الصحف تشير الى بعض النتائج المهمة التي تعكس رفض وتذمر من الصحافة التقليدية. وفي دراسة على طلاب الجامعات الأمريكية، اتضح أن:

1. الصحافة لا تأخذ في الاعتبار رغبات وتوجهات شرائح الشباب في المجتمع.
2. معظم الشباب يرى أن الصحافة لا تقدم مقالات تتناول اهتماماتهم.

3. معظم الشباب يتمنون أن تتحول الصحف الى أشكال قريبة من المجلات في حجمها والوانها.
4. معظم الشباب يرون أن الصحف هي موضة بدأ يتقادم بها الزمن.

وذكر ستيف هوينش (Hoenisch, 1991) أن توجهات الشباب الى الإنسحاب قراءة الصحف، وهناك مفاهيم معينة بدأت تتركز في أذهان الشباب في المدارس والجامعات، وهي انه لم يعد هناك أحد يقرأ الصحف، وليس لديهم الوقت لقراءتها، وتوجد بدائل مثل التلفزيون لمعرفة ما يدور في دوائر اهتمام هولاء القراء. وفي هذا الخصوص، أشارت الباحثة كاثي كوبولجران (Cobb-walgren, 1990) الى أن الشباب في عمر المراهقة تطورت معهم لا مبالاة عالية تجاه الصحف بشكل خاص، وعزت ذلك الى العوامل التالية:

1. مستوى الأمية، عدم توافر الوقت الكافي لأداء هذه المهمة. وقد أشارت دراسات أمريكية الى تردي الإهتمام بالقراءة في المدارس والجامعات، وهذا ما يتطلب أن تتشكل قوالب جديدة لجذب القراء الى الصحف، بمضامين وأشكال حديثة، كأن تكون القصص الإخبارية قصيرة، وسهلة القراءة، وتكون مصحوبة بصور وجرافيكس، وتعتمد على الألوان.
2. التنافس الكبير من التلفزيون.. وعندما يكون اتجاه الناس الى الإعلام المرئي، فإن هذا من شأنه فقدان الصحافة لجمهورها، مما يؤدي الى انسحاب المعلنين من الإعلان في الصحافة، وبالتالي إفلاس الصحافة وعدم استمراريتها.
3. تبدل أنماط الحياة في المجتمع الحديث، وتنوع النشاطات في اوقات الفراغ لدى الشباب، حيث تتسم هذه الفترة بتدفق هائل

في المعلومات وندرة في الوقت " ,too much information..
..and not enough time.. "..

4. تقاليد الطقوس من القراءة المنزلية في عطلة نهاية الإسبوع.. وقد أشارت استطلاعات هاريس عن العادات الإجتماعية في المجتمع الأمريكي الى انخفاض معدل ساعات الفراغ لدى الفرد الأمريكي من حوالي 26 ساعة الى 16 ساعة بين عامي 1972 و1987م، مما يعني تقلص فرصة الوقت المتاح لقراءة الصحف.

5. الصورة الذهنية عن الصحافة في الأوساط الشبابية.. وتشير عدد من الدراسات الى تنامي السلبية التي يحملها قراء الصحف عن صحفهم..

ونتيجة لهذه التوجهات، فقد تحركة صناعة الصحافة في الولايات المتحدة – على سبيل المثال – لتتحو في إتجاه تحولي يعكس طبيعة الجمهور ونفسيته، وظروفه الإجتماعية المختلفة.. وكانت صحيفة يو إس أي تودي USA Today قد أخذت هذا المنحى عند صدورها عام 1982م. وقد بنت دراساتها التسويقية على معرفة اتجاهات الجمهور، واستشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في العالم.

الأرقام العالمية في توزيع الصحف:

اشارت أرقام التوزيع خلال العقد الأخير من القرن العشرين والسنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين الى أن كثيرا من الصحف في العالم قد انخفضت ارقام توزيعها. وأشارت دراسات الى انخفاض توزيع الصحف في اوروبا بنسبة 12٪ خلال الفترة من 1995م الى 2004م، وكان الانخفاض في الولايات المتحدة وكندا يتراوح بين 6-

7٪، أما في الأسواق الآسيوية فلم تشهد أي انخفاض، ولكن بعض الدراسات اشارت الى تنامي توزيع الصحف في تلك المناطق [1]

وتشير إحصائيات الجمعية الدولية للصحافة[2] World Association Newspapers إلى أن في هذا العالم حوالي 439 مليون يشترون صحيفة من الصحف اليومية يوميا، اما على مستوى عدد قراء الصحف في العالم فتزيد نسبة القراء عن مليار قارىء، بحكم أن النسخة الواحدة يقرأها أكثر من شخص واحد. كما تشير هذه الإحصائيات إلى أن أكبر أكبر أسواق للصحف في العالم تتواجد في القارة الآسيوية، يتصدر الصين قمة هذا الهرم العالمي. ويوضح الجدول هذه الأرقام:

أكبر خمسة أسواق في توزيع الصحافة في العالم

عام 2005م

م	الأسواق	أجمالي أرقام التوزيع بالمليون
1	الصين	96.6
2	الهند	78.7
3	اليابان	69.7
4	الولايات المتحدة	53.3
5	ألمانيا	21.5

(1) Trends in Newsrooms 2006, p 39

(2) World Association Newspapers, www.wan-press.org, June, 2006.

وتشير احصائيات عن أكبر مائة صحيفة في العالم بحسب أرقام التوزيع إلى أن أعلى خمس صحف في العالم هي صحف يابانية، حيث تحتل هذه الصحف المراتب الخمس الأولى في ارقام التوزيع، كما سبع من العشر الصحف الأكثر توزيعا في العالم هي صحف يابانية. وقد تصدرت صحيفة يورييموري اليابانية صحف العالم في أرقام توزيعها، حيث وصلت النسخ المطبوعة يوميا من هذه الصحيفة أكثر من اربعة عشر مليون نسخة، وتلتها صحيفة أساهي اليابانية. كما أن تسعة من العشر صحف الأولى توزيعيا هي صحف من آسيا، وقد دخلت صحيفة بليد الألمانية من بين العشر الأولى بتوزيع يومي يقدر 3.9 مليون نسخة. وقد احتلت صحيفة الصن البريطانية المرتبة الحادية عشر، بينما احتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الثالثة عشر من أعلى الصحف توزيعا في العالم. ودخلت صحف أخرى إلى قائمة أكبر مائة صحيفة، حيث جاءت صحيفة داينيك جاجران الهندية في المرتبة العشرين، وصحيفة كورنن زيتنج النمساوية في المرتبة الخامسة والأربعين، وصحيفة كومويومولوسكيا برافدا الروسية في المرتبة الثالثة والستين، وصحيفة وست فرانس الفرنسية في المرتبة السابعة والستين، وصحيفة جانج الباكستانية في المرتبة التاسعة والستين، وصحيفة كورير ديلا سيلا الإيطالية في المرتبة الرابعة والثامنين. ولم تظهر بين قائمة أكبر صحف العالم توزيعا من الصحف العربية الا صحيفة الأهرام، حيث احتلت المرتبة السابعة والخمسين، وتوزيع يومي يقدر بحوالي 900 ألف نسخة.

م	الصحيفة باللغة العربية	الصحيفة باللغة الانجليزية	الدولة	التوزيع
1	يومبيوري	Yomiuri Shimbun	اليابان	14,067
2	أساهي	The Asahi Shimbun	اليابان	12,121
3	ما إتنتشي	Mainichi Shimbun	اليابان	5,587
4	نيهون كيزاي	Nihon Keizai Shimbun	اليابان	4,635
5	تشونتشي	Chunichi Shimbun	اليابان	4,512
6	بلد	Bild	المانيا	3,867
7	سانكي	Sankei Shimbun	اليابان	2,757
8	كاناكو زيوكس	Canako Xiaoxi (Beijing)	الصين	2,627
9	بيبل	People's Daily	الصين	2,509
10	طوكيو سبورت	Tokyo Sports	اليابان	2,425
11	الصن	The Sun	المملكة المتحدة	2,419
12	تشوزن إبو	The Chosun Ilbo	كوريا الجنوبية	2,378

13	يو إس أي تودي	USA Today	الولايات المتحدة الامريكية	2,310
14	وول ستريت جورنال	The Wall Street Journal	الولايات المتحدة الامريكية	2,107
15	الديلي ميل	Daily Mail	المملكة المتحدة	2,093
16	جونجاج إبو	The Joongang Ilbo	كوريا الجنوبية	2,084
17	دونجا إبو	The Dong-A Ilbo	كوريا الجنوبية	2,052
18	نكان سبورتس	Nikkan Sports	اليابان	1,965
19	هوكايدو	Hokkaido Shimbun	اليابان	1,922
20	داينك ججران	Dainik Jagran	الهند	1,911

أما على صعيد الولايات المتحدة، وهي التي تنتج أهم صحف العالم من ناحية التأثير، ومن ناحية الأداء المهني، فمنذ بداية الأربعينيات والى السبعينيات الميلادية من القرن العشرين استمرت أرقام توزيع الصحف في تنامى نتيجة مباشرة للنمو السكاني في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن بمقارنة خلال الخمسين عام الماضية، تشير الإحصائيات إلى أن

عدد السكان في الولايات المتحدة قد ارتفع خلال هذه الفترة بزيادة تقدر بثمانين مليون نسمة، ولكن بعد خمسين عام عادت أرقام التوزيع – بعد نمو خلال العقود الماضية – إلى نفس أرقام توزيع الصحف قبل خمسين عاما. وهذا يشير إلى أن النمو في عدد السكان لم يواكبه نمو في أرقام توزيع الصحف كما هو متوقع. وقد وصلت أعلى نسبة من توزيع الصحف اليومية في الولايات المتحدة ذروتها عام 1984م[1] بالوصول إلى حوالي 64 مليون نسخة يوميا، ولكن منذ ذلك التاريخ بدأ العد التنازلي في الإنخفاض إلى أن وصل إلى حوالي الخمسين مليونا خلال فترة السنوات الماضية.

ويبين الجدول أكثر عشرين صحيفة أمريكية توزيعا، حيث احتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الأولى بين الصحف الأمريكية بحوالي مليونين وخمسمائة ألف نسخة يوميا. تلتها الصحيفة الإقتصادية الأولى في العالم وول ستريت جورنال، ثم صحيفة النيويورك تايمز ولوس أنجلس تايمز وواشنطن بوست. ويلاحظ في الجدول أربع صحف فقط في الولايات المتحدة الأمريكية هي التي توزع أكثر من مليون نسخة يوميا. كما تشير أحصائيات أخرى أن الصحيفة رقم مائة في قائمة الصحف الأمريكية – صحيفة سبوكسمان ريفيو (من ولاية واشنطن) توزع 120 ألف نسخة يوميا.

---

(1) Morton, John, "Spreading the News: As Circulation Dwindles, Newspaers Turn to New Products to Court Readers", American Journlaism Review:27:4, Augest-September 2005.

م	الصحيفة باللغة العربية	الصحيفة باللغة الانجليزية	التوزيع
1	يو اس ايه تودي	USA Today	2,281,831
2	وول ستريت	Wall Street	2,070,498
3	نيويورك تايمز	New York Times	1,121,623
4	لوس انجليس تايمز	Los Angeles Times	907,997
5	واشنطن بوست	Washington Pos	740,947
6	نيويورك ديلي نيوز	The New York Daily news	708,773
7	نيويورك بوست	New York Post	643,086
8	شيكاغو تريبون	Chicago Tribune	565,679
9	هيوستن كرونكل	Houston Chronicle	527,744
10	دلاس مورنيخ نيوز	Dallas Morning News	477,493
11	سان فرانسيسكو كرونيكل	San Francisco Chronicle	468,739
12	نيوز دي	Melville Newsday	459,305
13	اريزونا ريبلك	The Arizona Republic	452,016
14	شيكاغو صن	Chicago Sun-Times	432,230

	تايمز		
15	بوسطن جلوب	The Boston Globe	429,552
16	اتلانتا جورنال كونستشيوشن	The Atlanta Journal-Constitution	396,888
17	ستار ليدجر	The Star-Ledger –	382,055
18	مينابوس ستار تريبون	Minneapolis Star Tribune	378,316
19	دترويت فري برس	Detroit Free 1Press	370,875
20	فلادلفيا انكوايرر	Philadelphia Inquirer	364,974

عام 2006م

ومن الملاحظ أنه على الرغم من الإنخفاض في أرقام توزيع الصحف الأمريكية خلال عقد في نهاية الثمانينيات والتسعينيات الميلادية إلا أن هذه الصحف والمجلات لم تتمكن من استقطاب أي شرائح جديدة، وخاصة الشرائح من الجيل الجديد من القراء، ولم تستطع أن تولد لديه ما يمكن وصفه بـ "عادة القراءة"، ويضاف الى هذا السبب أن المهاجرين الجدد وبعض أفراد الطبقة الوسطى لم تصل الصحف الى النجاح في استقطابهم.. رغم محاولات بعض الصحف في استقطاب الأمريكيين من ذوي الأصول الإسبانية على سبيل المثال. ومما يفاقم هذه المشكلة هو أن نسبة من القراء الجدد من الشرائح الشبابية توقفوا عن قراءة الصحف اليومية. وعلى الرغم من هذا الإنخفاض في

أرقام توزيع الصحف، الا أن إيرادات الصحف لا تزال متنامية خلال هذه الفترة الى بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، وخاصة في الصحف الوطنية والإقليمية الكبرى[1].

وفي إطار الأعداد الإجمالية لأعداد الصحف اليومية، شهدت العقود الماضية تناقصا مستمرا، الى أن وصلت في الوقت الراهن الى 1453 صحيفة يومية، حيث اختفت بعض هذه الصحف، او اندمجت بعضها في صحف أخرى أكبر. وقد كانت أعداد الصحف اليومية 1772 صحيفة في عام 1950م، ومنذ ذلك التاريخ بدأ تقلص أعداد الصحف تدرجيا إلى 1748 صحيفة عام 1970م، ثم وصلت عام 1990م إلى 1611 صحيفة، وفي عام 2000م وصلت إلى 1480 صحيفة، وأخيرا في عام 2004م وصلت إلى صحيفة 1457. ولا شك أن هذا النقص في أعداد الصحف جء على حساب الصحف المسائية، حيث انخفضت أعدادها من 1450 صحيفة مسائية عام 1950م إلى أن أصبحت 653 صحيفة مسائية عام 2004م، أي بنسبة انخفاض تقدر بحوالي 55٪ن وفي المقابل فقد ارتفعت أعداد الصحف الصباحية خلال نفس الفترة إلى 250٪، أي أن الاتجاه هو نحو الصحف الصباحية في الصحافة الأمريكية[2].

وتشير الإحصائيات إلى أن الإيرادات التي تجنيها الصحف من المبيعات اليومية تصل إلى حوالي 20٪ فقط من مجمل الدخل العام

---

(1) The state of news media: An annual report on American journalism, Journalism. Org.

(2) Newspapers Association of America, www.naa.org

للصحف، ونتيجة لأنخفاض هذه الإيرادات خلال السنوات الماضية، قامت بعض الصحف بزيادة سعر صحفها لتغطية هذا الإنخفاض. وعلى الرغم من ذلك فلم تستطع الصحف أن تغطي الإنخفاض بزيادة سعر نسخ الصحيفة، حيث وصلت النسبة العامة لإنخفاض دخل المبيعات التوزيعية عام 2006م إلى حوالي 3٪.

وفي المملكة المتحدة، تصل أعداد الصحف هناك عن 1600 صحيفة وطنية واقليمية، حيث تصل الوطنية إلى 21 صحيفة ومية و 89 صحيفة يومية اقليمية و 1500 صحيفة محلية اسبوعية وتبيع هذه الصحف ما يزيد عن 200 مليون نسخة أسبوعيا. واذا قورنت أعداد الصحف المطبوعة في بريطانيا مع نظيراتها في دولة أوروبية مثل فرنسا، نجد أن القراء البريطانيين هم حوالي ثلاثة أضعاف القراء الفرنسيين. ويمكن تقسيم الصحف البريطانية إلى قسمين حسب توجهاتها التحريرية، حيث توجد الصحف النوعية الجادة وصحف الإثارة والإغراء، والتي تسمى صحف التابلويد[1] وبينما تأتي الصحف الجادة في شكل صحف كاملة broadsheet تأتي صحف الإثارة في شكل التابلويد tabloid واستمرت هذه الظاهرة إلى السنوات الأخيرة، حيث اتجهت كثير من الصحف الجادة إلى تصغير مقاساته، لتصل إلى مقاس وسطي بين الصحيفة الكاملة والصحيفية النصفية. ودخلت صحف كبيرة وذات تاريخ طويل في الصحافة البريطانية في نظام المقاسات الصغيرة، كما تحولت تبوياتها التحريرية لتواكب الاتجاهات التي

---

(1) Niblock, Sarah, Inside Journalism, Blueprint: London, 1996.

سيطرت على الصحافة العالمية في تبويات متجهة إلى السوق الشعبية، والاهتمامات الجماهيرية العامة.

ومن الإختلافات الظاهرة بين الصحافة الأمريكية والصحافة البريطانية، أن البريطانية لها تقاليدها، ومن تلك أن الطبقات الاجتماعية في المجتمع البريطاني تشكل أسواقا مؤثرة على سوق الصحافة، حيث من المعروف أن صحيفة التايمز هي صحيفة نخبوية، وأن صحيفة الصن هي صحيفة تتوجه للطبقة العاملة. وفي المقابل فإن هذه الظاهرة الطبقية ليست مؤثرة على تقسيمات اسوق الصحف في الولايات المتحدة(1). وعلى الرغم من ذلك فقد خشي كثير من النقاد من ظاهرة موردوك في أن تؤثر طبقيا على المجتمع الأمريكي بعد دخوله في عدد من المشروعات الإعلامية، حيث وصفه بعض النقاد بأنه خطر على المجتمع الأمريكي(2). كما أن هناك اختلافا آخر بين الصحافتين البريطانية والأمريكية فيما يتعلق بطريقة التمويل الناجحة، حيث من المعروف أن الصحافة البريطانية تعتمد كثيرا على حجم مبيعاتها في السوق، بينما تعتمد الصحافة الأمريكية على بشكل أساسي على ما يصلها من ايرادات عبر بوابة الإعلان(3) ويمكن التأكيد هنا على أن أحد الاختلافات الأخرى بين المدرستين الأمريكية والأوروبية وخاصة

---

(1) Pasadeos, Yorgo and Paula Renfro, "An Appraisal of Murdoch and the U.S. Daily Press", Newspaper Research Journal: 19: 1-2, 1997. p.33

(2) Kirkland, Richard and Gwen Kinkead, "Rupert Murdock's Motley Empire", Fortune, February 20, 1984, p. 242.

(3) مرجع سابق

البريطانية تكمن في شكل الصحيفة، حيث تلعب صحف التابلويد دورا مهما في الصحافة الأوروبية، وهي ليست ميزات في الصحافة الأمريكية أو الكندية. فبينما يوجد عدد محدود من صحف التابلويد في الصحافة الأمريكية مثل ناشونال إنكويرر National Inquirer وصحيفة جلوب Globe وصحيفة ويكلي ورلد نيوز The Weekly World News ولا تؤخذ مثل هذه الصحف على محمل الجد لدى القارئ في أمريكا الشمالية[1] وفي المقابل فإن صحف التابلويد في أوروبا تمثل محور ارتكاز مهم لدى الرأي العام، وهي تحظى بثقته في المتابعة والمصداقية.

منذ أن دخل الملياردير الأسترالي الأصل روبرت موردوك الساحة الإعلامية في بريطانيا وفي الولايات المتحدة في السبعينيات الميلادية من القرن العشرين، جاء بمنهجية جديدة تعتمد على الإثارة والإغراء في مضامين وسائل الإعلام. وقد ذكرت مجلة نيشن Nation أن الأدوات السحرية التي يمتلكها موردوك تتمثل في رباعية S ، وهي العناوين المخيفة headlines scare الجنس sex والفضائح scandal والإثارة sensation[2] ومن أشهر صفقات الإثارة لموردوك شرائه لصحيفة الصن البريطانية Sun عام 1970م، وكانت صحيفة في شكل الصحف الجادة، وكانت توشك أن تفلس، وحولها إلى صحيفة

---

(1) Osterer, Irv, "The Tabloids! It must be True.. We Saw It In", Arts & Activities: 140:2, October 2006.

(2) Press Lord of Mass Ignorance, The Nation, May 24, 1980, p. 617.

تابلويد، وأضاف اليها الصفحة الشهيرة رقم (3) والتي هي عبارة عن صورة عارية لإحدى جميلات الإغراء، وبفعل ذلك استطاع أن يقفز بهذه الصحيفة من توزيع بالكاد كان يصل إلى حوالي 700 ألف نسخة إلى أكثر من أربعة ملايين نسخة يوميا في كثير من الفترات خلال السنوات الماضية .

الصحافة المجانية:

من الملاحظ أن الصحافة المجانية – التي توزع مجانا – قد أخذت اهتماما كبيرا في السوق الأوربية والأسواق الآسيوية، على عكس الحال في الأسواق الأمريكية، حيث لم تصل الى درجة الاهتمام الشعبي، او الجاذبية المؤسسية. ويعد أحد الأسباب التي هيأت المناخ الي تنامي شعبية الصحف والمجلات المجانية هو حركة الناس عبر وسائط النقل العام في كبرى المدن الأوروبية والآسيوية، بينما معظم الناس في المجتمع الأمريكي يعتمدون على وسائط النقل الشخصية، وهذا ما أدى الى قلة اهتمام الناس بمثل هذه الصحف في معظم المدن الأمريكية [1]

من الإتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية انتشار ما يعرف بالصحافة المجانية free press في اوروبا بشكل خاص خلال العشر سنوات الماضية. ومن المؤكد أن هذه الظاهرة لا تسترعي انتباه الناشرين التقليديين الذين يعترضون على وجود صحف مجانية تضرب الصحف المدفوعة التي يمتلكونها. وقد لخض أحد الناشرين لصحيفة Bild Zeitung بالقول بأن اليوم الذي لا توجد فيه صحف مجانية هو يوم جيد. ولكن الواقع يشير الى أن حوالي نصف هذه الصحف المجانية تمتلكه مؤسسات تصدر صحفا مدفوعة القيمة. والحقيقة الأخرى هي أن الصحف المجانية هي في تنامي مستمر. فبينما كانت أعداد الصحف المجانية عام 2000م اربعون صحيفة، وصلت في عام 2005م الى أكثر من مائة صحيفة. كما أن ارقام توزيع هذه الصحف قد ارتفعت من

---

(1) لمرجع السابق، ص39

ثمانيـة ملايـين الى ثلاثـة وعشـرين مليـون نسـخة خـلال نفـس الفـترة (2000- 2005م). وتشـير الإحصـاءات في كـثير مـن أسـواق العـالم الكـبرى الى تـوفر صـحف مجانيـة فيهـا. وفي دول مثل اسـبانيا والبرتغـال والـدانمرك وسويسـرا واليونـان وايطاليـا والمجـر والتشـيك وايسـلندا وسـنغافورة تمثـل الصـحف المجانيـة 20٪ فـأكثر مـن مجمـل الصـحف الصادرة في تلك البلدان[1].

وهناك حقيقة سيجب توضيحها وهـي أن انخفـاض أرقـام التوزيـع للصـحف المدفوعـة لا يعـزى الى وجـود صـحف مجانيـة في أسـواق تلـك الصحف. وعلى سبيل المثال فإن المانيا التي لا توجد بها صـحف مجانية شهدت انخفاضا حادا في أرقام توزيع صحفها اليومية. ولكـن الصـحف المجانية هي في طريقها الى ألمانيـا في المستقبل القريب، حيث وجد أحد الناشـرين النـرويجيين شبسـتد Schibsted ضـالته في مشـروع جديـد لإصدار صـحيفة مجانيـة بخمسـة عشـر طبعـة يـتم توزيعهـا في 22 مدينـة ألمانية. وفي حالة صدور هذه الصـحيفة المجانيـة في ألمانيـا فـإن فسيحذوا بعض النـاشـرين الألمان الى إصدار صحف مجانية أخرى بهدف الـدخول في المنافسـة مـع الصـحف القائمـة. وتحديـدا فقـد ذكـر الناشـر الألمـاني سـبرنجر Springer الى أنـه سيصـدر صـحفا مجانيـة في حالـة واحـدة فقط، وهي نجاح الناشر النرويجي شبستد في مشروعه لإدخال الصـحف المجانية الى السوق الألمانية.

Bakker[1]

ولربما أن الواقع يشير الى أن قارئ الصحيفة المجانية هو في نفس الوقت قارئ الصحف التقليدية المدفوعة، او كونه لم يكن قارئا لأي صحيفة مدفوعة على الإطلاق. وهناك محاولة من الناشرين لإستثمار هذه الشريحة من القراء الجدد للدول معهم في مغامرة الصحف المجانية. وقد تكون الوسيلة الوحيدة للوصول الى مثل هذه المجموعات السكانية من القراء هي من خلال الصحف المجانية او من خلال الخدمات المجانية للأخبار عبر الإنترنت. وليس من المحتمل أن تحل الصحف المجانية مكان الصحف المدفوعة نظرا لتمايز هاتين الوسيلتين واختلاف جماهيرها[1].

ومن الملاحظ أن معظم الناشرين للصحف المدفوعة يقفون ضد إصدار صحف مجانية، ولكنهم يجدون أنفسهم أول من يشارك في مثل هذه المشروعات اذا تأكدوا من حتمية دخول هذه الصحف الى اسواقهم. وخير مثال على ذلك أكسل سبرنجر الألماني الذي يقف ضد الإصدار المجاني للصحف في المانيا، ولكنه في نفس الوقت يؤكد أنه سيدخل السوق بقوة في حالة وجود مثل هذه المشروعات. وتحديدا فإنه يتجه الى اطلاق صحيفة جراتيسيمو Gratissimo التي يضعها كمشروع جاهز للإطلاق في حالة دخول أي صحيفة مجانية الى السوق الألمانية. وعن سبب معارضة سبرنجر للصحافة المجانية المدير التنفيذي لشركته الى أن الخدمة الصحافية يجب ان يكون لها ثمن، ولا يؤمن بجدارة الصحف المجانية من وجهة النظر المهنية. وفي حالة وجود عدد من الصحف المجانية في السوق الألمانية فإن كثيرا من الناشرين يواجهون بلا شك خسارة مادية كبيرة. واتجاه سبرنجرلإطلاق صحيفة جراتيسيمو هي محاولة

---

[1] Bakker.

للحصول على جزء من هذه الكعكة، ومحاولة تقليص حجم الخسارة التي ستواجهها الصحف المدفوعة. ولكن يظل المجال واسعا ومفتوحا للصحف المدفوعة في خارج المدن الكبرى في ألمانيا حيث لا يصل تأثير ونفوذ الصحف المجانية الى هناك.

الصحيفة الثالثة في العالم:

تعد صحيفة مترو Metro الصحيفة المجانية أفضل نموذج نجاح يجسد أهمية الاتجاه نحو الصحافة المجانية في العالم. وقد وصلت أرقام توزيع هذه الصحيفة الى حوالي ستة ملايين نسخة ليضعها في المرتبة الثالثة بين صحف العالم فيما يخص أرقام التوزيع. وتأتي مترو ثالثا بعد صحيفتين يابانيتين هما صحيفة يوميوري وصحيفة اساهي، اللتين توزع كل منهما أكثر من عشرة ملايين نسخة يوميا. ومن المهم الإشارة الى أن صحيفة مترو هي نموذج فريد بتوزيعها القاري وليس التوزيع داخل دولةواحدة، فهي صحيفة يومية توزع ستة ملايين نسخة، ولكن يقرأها 17 مليون قارئ، ولديها 57 طبعة توزع في 81 مدينة في 18 دولة[1].

وفي إطار نجاحات الصحف المجانية، ففي سويسرا استطاعت إحدى الصحف المجانية – إحدى طبعات صحيفة مترو – وتسمى 20 Minuten أن تتخطى في أرقام توزيعها الصحيفة الأكثر انتشارا في سويسرا Blick حيث قاربت الصحيفة المجانية من رقم المليون نسخة بعدما أضافت بعض الطبعات الجديدة في بعض المدن السويسرية الجديدة. وفي خطوة تنافسية مع صحف مجانية قائمة ستطلق إحدى دور النشر الإسبانية Recoletos صحيفة جديدة بمسمى كيو Que

---

(1) TN 2006, P. 35-36

ستنافس بها صحيفتين مجانيتين قائمتين هما مترو Metro وعشرون دقيقة 20 Minutos . ومما يجعل لهذه الصحيفة الجديدة تميزها هو وجود نسخة الكترونية لها تعنى بالتفاعل مع القارء، وخاصة شرائح الشباب منهم. كما أن هذا الموقع الالكتروني لهذه الصحيفة الجديدة سيكون مركز لتجميع المدونات الشخصية.

وفي تحليل لأحد مسئولي صحيفة ميترو ومركزها السويد، قال رئيسها التنفيذي تورنبرج Tornberg إن الصحف المجانية لن تمثل تهديدا خطيرا على الصحف المدفوعة، ولكن هذه الظاهرة ستفرض على الصحف المدفوعة أن تتكيف مع الأوضاع الجديدة. وتوقع تورنبرج أن الصحف المدفوعة سيكون جل تركيزها وقاط قوتها في ايام العطل الأسبوعية نظرا لأن الصحف المجانية لا تصدر خلال هذه الأيام. وشبه ما يدور حاليا من حمى المنافسة بين الصحف المجانية والصحف المدفوعة بما كان يدور من عراك ومنافسة بين التلفزيون المجانية والتلفزيون المدفوع في كثير من المجتمعات العالمية[1]

الصحافة الإلكترونية:

يشير بعض الإقتصاديين الى مفهوم "الغداء المجاني" freelunch ولكن البعض يؤكد أنه لا يوجد شيئ اسمه الغداء المجاني في هذا العالم، ولكن الحقيقة الجديدة هي وجود معلومات مجانية كثيرة freeinformation في كل مكان تقريبا من الكرة الأرضية، وبشكل خاص وفر الانترنت هذه الخدمة التي استطاعت أن تساوي بين الناس في امتلاك المعلومة، كما أن الاتجاه الحديث في

---

(1) The Guardian, Nov. 28, 2005

انتشار الصحف المجانية هونوع لآخر من توفير المعلومات المجانية للمتلقي في أي مكان في العالم تقريبا.

ومع توافر المحتوى المجاني في الإنترنت يجب الإشارة الى أن التجهيزات hardware ليست مجانية فهي تستلزم امتلاك شخصي لها، مثل جهاز كمبيوتر، اشتراكات الانترنت، وتجهيزات تقنية أخرى.. مع العلم بامكانية استخدام مثل هذه التجهيزات مجانا في عدد من المواقع والمؤسسات مثل المدرسة والجامعة والنادي ومواقع عامة اخرى توفر مثل هذه التجهيزات والخدمات بشكل مجانين ولكن تظل المحتويات التي يوفرها الإنترنت متجهها في معظمها الى المجانية باستثناء اشتراكات في بعض الصحف والمواقع المعلوماتية المتخصصة. وكثير من الصحف تقدم خدماتها الالكترونية عبر الانترنت مجانا، كما أن محركات البحث تقدم بالتأكيد خدماتها المعلوماتية بشكل مجاني بكل لغات العالم. فعلي سبيل المثال يطرح محرك جوجل google يوميا أكثر من 4500 عنوان خبري في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. كما يقدم خدمات اخبارية مجانية بلغات عالمية أخرى[1]

ومع هذا الكم المجاني الهائل تولدت نماذج جديدة تحاول بيع هذه الخدمات المعلوماتية (الإخبارية). وهناك قضايا حالية لمقاضات محركات البحث نظير استخدامها الأخبار التي تمتلكها مؤسسات إعلامية، حيث تقاضي حاليا وكالة الصحافة الفرنسية AFP محرك جوجل google على استخدامه الأخبار الواردة من هذه الوكالة بدون

---

[1] المرجع السابق، ص 39.

أي عائد مادي يعود على الوكالة. وقد حذت بعض الوكالات والمؤسسات الإعلامية حذو وكالة الصحافة الفرنسية في هذه الخطوة. وعلى العموم يمكن القول بأن معظم المؤسسات الإعلامية تقدم خدماتها بشكل مجاني، ولكنها تطلب في المقابل التسجيل في الموقع بهدف بيع هذه المعلومات لشركات التسويق نظير عوائد مادية. وفي ظل عدم الربحية او تغطية التكاليف فقد اتجهت بعض هذه المؤسسات الى تقديم جزء من الخدمة الإخبارية مجانا، مقابل الدفع مقابل الاستزادة والبحث عن مزيد من التفاصيل في هذه الأخبار والموضوعات. وهذا ما تقدمه كثير من الصحف العالمية، حيث تقدم صفحتها الأولى مجانا، بينما التفاصيل والاستفاضة في الموضوع تحتاج الى اشتراك مدفوع الخدمة. وفيما يبدو كما ذكر ذلك أستاذ الإعلام بجامعة امستردام بيت باكر أن هذا هو النموذج الجديد في تعامل المؤسسات الإعلامية مع مستخدمي الانترنت [1].

وتوجد ثلاث صحف ومجلات استطاعت أن تبني لها سمعة في مواقعها الإلكترونية المدفوعة، وهي نيويرك تايمز، ووول ستريت جورنال ومجلة الإيكونومست. ولكن الجدل يدور حول نجاح هذه النماذج الإعلامية لكونها تقدم خدمات معلوماتية متخصصة، عدا النيويورك تايمز التي تفتخر بارشيفها الصحافي ومنتديات كتابها وقرائها على أنه من أهم جوانب تميزها الذي تعتقد بأن له قيمة مادية يجب أن تدفع للمشاركة او للإطلاع عليه. فقد ذكرت كاترين ماتيس Catherine Mathis المتحدثة بإسم شركة نيوبورك تايمز أن

---

(1) Bakker, 2006

الدراسات المسحية للصحية أشارت الى أن المقالات الصحافية لكتاب الصحيفة ومنتديات الكتاب والقراء اضافة الى الإرشيف الثري جدا للصحيفة هو الذي يميز موقع النيويورك تايمز عن غيره من المواقع الإلكترونية[1].

وفي جانب اقتصادي آخر من هذا الموضوع أشار نائب رئيس الشئون الإلكترونية بصحيفة النيويورك تايمز مارتن نيسنهولتز Nisenholtz الى أن الصحيفة تحتاج الى إيراد جديد للصرف علىخدماتها ، ورسم $2.95 للوصول لمقال او موضوع يعطي الصحيفة أكثر من مليون دولار سنويا يساهم في تغطيات خدماتها[2] ويعترف في نفس الوقت بأن وضع بعض الكتاب خلف الجدران قد يعيق تواصل القراء معهم، بينما يرى ديفيد كار – الكاتب في نفس الصحيفة – بأن هذه الجدران قد تجعل هولاء الكتاب المشاهير في طي النسيان. وأشارت الإحصاءات الى أن عدد المشتركين في خدمة النيويورك تايمز – TimesSelect – منذ اطلاقها في سبتمبر 2005م وصل الى أكثر من ربع مليون مشترك خلال الشهرين الأولى من هذه الخدمة. ولكن يرى بعض المراقبين أن هذه الخطوة قد تشكل خطورة على الصحيفة من الناحية الشعبية ، حيث قد تحقق في المرحلة الحالية بعض النجاح، الا أنه يمكن مستقبلا أن نفقد الكثير من الوهج والإهتمام لوجود صحف منافسة مثل واشنطن بوست ولوس انجلس تايمز ويو إس أي تودي وغيرها من الصحف[3].

---

[1] The Boston Globe, May 17, 2005

[2] Frank Barnako, MarketWatch Newsletter, Nov, 2005

[3] Trends in Newsrooms, p 31

شهدت بعض الصحف الإقتصادية نموا في أعداد المشتركين في خدماتها الإلكترونية، حيث وصل النمو السنوي في صحيفة الفايننشال تايمز البريطانية الى 7٪، وكانت قد حذت حذو الصحيفة الإقتصادي الأكثر انتشارا في العالم وول استريت جورنال في هذا الشأن. كما أن صحيفة ليسكو الإقتصادية Les Echos الفرنسية تبنت نفس المنهج في بناء قاعدة من المشتركين في مواقعها الإكترونية. ودخلت إحدى أشهر الصحف الأسبانية البيس El Pais في نموذج المزاوجة بين المجانية والدفع للحصول والاطلاع على محتوياتها، بعد أن عملت لمدة حوالي ثلاثة أعوام على نموذج الإغلاق الكامل للموقع الا من خلال اشتراك مدفوع للصحيفة. ولكن اتجهت الصحيفة الأسبانية الى منهج المزاوجة، حيث أتاحت الدخول المجاني على الأخبار العاجلة والمقالات، وبعض التحقيقات، مع الإبقاء على نظام اشتراك على بعض محتويات الصحيفة[1].

وفي آسيا أخذت بعض الصحف نفس النهج، فمثلا بدات صحيفة ستريتس تايمز Strait's Times السنغافورية هذا التحول الى مرحلتين، اولاهما البدء في التسجيل في موقع الصحيفة مع الدخول المجاني الى الموقع، ولكنها في انتقلت في الفترة الأخيرة في فرض رسوم دفع للدخول الى بعض صفحاتها مشيرة الى ان الصحيفة تمتلك من المنتجات الإخبارية والمعلوماتية ما يشجع ويقنع القراء بدفع رسوم نظير اطلاعهم على بعض محتويات الصحيفة. كما تشير الصحيفة الى أنه

---

[1] The International Herald Tribune, March 21, 2005

من غير الأخلاقي أن يدفع قراء الصحيفة الورقية ويستثنى قراء الصحيفة الإلكترونية[1].

وأشارت كاترين سيلي Seelye الى صعوبة المرحلة الحالية التي تعيشها كثير من الصحف في العالم وخاصة الولايات المتحدة الأميركية. وذكرت أن هناك ثلاث صعوبات (تحديات) تواجه هذه الصحف في المرحلة الانتقالية الحالية، وتحديدا عندما يكون الإنتقال الى نموذج الاشتراك المدفوع في مواقعها الإلكترونية[2]:

1. بدأ الكثير من الناس الإعتياد على الخدمات الإخبارية المجانية عبر الإنترنت، مما يشكل شريحة اضافية مهمة الى قراء الصحف وخاصة من شرائح القراء الشباب الذين لن يكونوا في يوم من الإيام من القراء الذين يدفعون مقابل ممارسة القراءة. كما أن تنامي رسوم الاشتراكات في الصحف الورقية هو أحد الأسباب الطاردة لمزيد من القراء الجدد للصحافة الورقية.
2. عندما تضع الصحيفة رسوم اشتراك على موقعها الإلكتروني فهي بهذا تحد من نسبة الانتشار والترويج للمادة الإعلامية، وما يستتبع ذلك من انخفاض او الحد من الايراد الإعلاني المتوقع من الموقع الإلكتروني.
3. يعد التحول نحو النموذج المدفوع في المواقع الإلكترونية متأخرا خصوصا مع تنامي وجود مواقع صحافية جديدة للمواطنين citizens

---

The Industry Standard, Online Journalism Review, Feb. 25, 2005[1]

The New York Times, March 15, 2005[2]

journalism التي تقدم الكثير من الخدمات المعلوماتية والإخبارية بشكل مجاني.

ويدور جدل حول إتاحة ارشيف الصحف أمام متصفحي الإنترنت بشكل مجاني أسوة ببعض المواقع المجانية على الإنترنت. وهذا ما يطرحه مارك جلاسر Mark Glaser ولكنه يستدرك ليقول بأن الصحف ليست جاهزة لمثل هذه الخطوة لأن البعض منها يستحوذ على نسبة من ايراداته من الوصول المدفوع الى ارشيف تلك الصحف. ويمكن التنويه هنا الى أن بعض الصحف الكبرى في العالم تتيح الفرصة للدخول المجاني الى ارشيفها الصحافية، ومن هذه الصحف صحيفة الجارديان Guardian البريطانية(1).

ويشكل الكتّاب في الصحيفة أداة ضغط على اصحيفة لفتح مواقعها الإلكترونية أمام جمهور الإنترنت، حيث أن البعض منهم يشتكي من عدم التفاعل مع الجمهور العام وقلة التعقيبات على مثل تلك المقالات التي يكتبونها في الصحف من قرائهم. وربما أن نموذج لوس انجلس تايمز في إضطرارها الى فتح قسم الخدمات المعلوماتية والترفيهية والدخول الى هذا القسم مجانا هو نموذج لضغط كتاب ومعدي محتويات هذا القسم، حيث تسربت مجموعة منهم الى خارج الصيفة نتيجة إحساسهم بقلة الإقبال على هذا الملحق الترفيهي(2).

---

(1) Online Journalism Review, Feb. 4, 2005.

(2) Trends in Newsroom, p. 34.

وقد اعترض أحد كتاب صحيفة النيويورك تايمز على اتجاه بعض الصحف مثل النيويورك تايمز ذاتها على الاتجاه نحو خدمة الانترنت المدفوعة، مشيرا الى أن شريحة القراء من الشباب لن تأخذ هذا المنحنى وتدفع قيمة الاشتراك في صحيفة تقدم أخبارا ومعلومات عامة، او تقدم بعض المقالات لكتابها. وأشار هذا الكاتب[1] - ديفيد كار Carr - الى أن مثل هذه الصحف ستفقد هذه الشريحة العريضة من الشباب اذا أصرت على الإستمرار في الإشتراكات المدفوعة للدخول الى مواقعها الإلكترونية.

صحافة المواطنين:

أشار أحد أهم الرواد فيما يعرف بصحافة المواطنين citizens journalism الى هذا التوجه الجديد من الصحافة الذي سيغبر العالم. وذكر دان جيلمور Dan Gillmor - وهو صحافي سابق في صحيفة San Jose Merury New ثم تحول الى نظام الإعلاميات الشخصية ويعد أحد روادها وأبرز المدافعين عنها - أن الفارق الكبير من الصحافة التقليدية وصحافة المواطنين هي أن الأولى تعتمد نظام المحاضرات التي تلقى، بينما الثانية تعتمد على نظام المحادثة والحوار. وأشار جيلمور في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا الى أن صحافة المواطنين هي مرحلة متطورة وأفضل من الصحافة التقليدية، لأنها تتيح فرصة امام الجمهور الذي ملّ من الاستماع الى المحاضرات الى أن يشارك فيها، بدل ان يظل صامتا ويتلقى المعلومات من طرف واحد. وأضاف بأنه ليس مهما رأي المؤسسات

---

[1] New York Times, Oct. 26, 2005

الإعلامية التي تقف ضد هذا الطرح الجديد، لأن هذه الصحافة الجديدة مستمرة ومتنامية وتستقطب مزيدا من المتابعين[1].

ويضيف جيلمور أن على المحررين والصحافيين أن يستفيدوا من هذا المنهج الجديد في الإعلام، وبمتابعتهم لمثل هذه المواقع فإن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا، لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على حوارت الناس وهمومم واتجاهاتهم وافكارهم. وتضع هذه المواقع وسائل الإعلام في وضع أشبه ما يكون مأزق، حيث يتم طرح قضايا وموضوعات في مثل هذه المواقع، فلا تجد الصحافة التقيدية بدا الا الدخول فيها والتجاوب معها، وهذا يرفع من مستوى الشفافية لدى وسائل الإعلام التقليدية في تناول موضوعات جديدة ما كانوا ليتناولونها، او مناقشة آراء وموضوعات قائمة ما كانوا ليفسحوا المجال اليها[2].

ويعترف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغير الكبير الذي تحدثه صحافة المواطنين على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية. فقد ذكر أوكانر وشيشتر O'Conor & Schechter مؤسسي إحدى الشركات الإعلامية Globalvision الى أنه لسنوات وعقود كان الصحافيون هم الذين يملون ما ينشر على الجهور من موضوعات وقضايا، ولكن مع الإتحاهات الجديدة لم يعد هذا المفهوم سائدا، فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دورا جديدا ليقول كلمته ويفصح عن

---

(1) Trends in Newsroms, 2006, p. 47

(2) المرجع السابق

رايه. لقد انتقلت القوة الإعلامية الى ايادي جديدة: هي ايادي المواطنين الذين يمتلكون امكانية الاتصال عبر الإنترنت. ويرى أوكانر وشيشتر أنه من الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية ألاّ تعادي مثل هذه المواقع بل تحاول أن تدمجها في أهدافها الإعلامية. ويجب أن تتنازل وسائل الإعلام عن مفهوم السيطرة الكاملة على الإعلام والمعلومات حتى لاتفقد السيطرة على هذا المجال[1].

وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لإستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة – صحافة الموطنين – فقد سعت بعض هذه المؤسسات الى ادماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات اخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية. ويتم في ذلك دمج الخدمة الإعلامية المتاحة من خلال صحافة المواطنين من أخبار وصور فوتغرافية وصور تلفزيوينة في مجمل الخدمة الإعلامية التي تقدمها هذه الموسسات. وهذه محاولة من هذه المؤسسات للإستفادة من واقع إعلام قائم، وخدمة إخبارية متاحة. كما أن هذا – بلا شك – يعطي إدراك وشرعية لمثل هذه الجهود التي يقوم بها مواطنون عاديون في خدمة الشأن العام، مما يفرز مزيدا من الديناميكية في العلاقة بين الإعلام والجمهور.

وكانت مثل هذه الخطوات قد وجدت حماسا من قبل مؤسسات إعلامية كبرى مثل شبكة التلفزيون الأمريكية CBS ومحطة التلفزة البريطانية BBC من خلال فتح المجال أمام الجمهور من المشاهدين

---

[1] Trends in Newsroom 2006, p. 47

والمستمعين ومن قراء مواقعها الألكتروية في ابداء آرائهم ومقترحاتهم تجاه ماتبثه هذه المحطات. وتنطلق هذه النوايا من مبدا الشفافية الإعلامية، اي إتاحة المجال لإبداء آراء صريحة وشفافة عن التغطيات الإعلامية والبارمج الجماهيرية في هذه المحطات. وتمثل هذه الخطوات من قبل المؤسسات الإعلامية محاولات جادة لتغيير مفهوم الإتجاه الخطي من الأعلى الى الأسفل، واستبداله بالإتجاه الثنائي الذي تتكافأ فيه الفرص بين القائمين على الإعلام والجمهور العام المتابع لهذه الوسائل[1].

تشير استطلاعات الرأي الى تنامي الإهتمام بمتابعة الإعلاميات الشخصية blogs عبر الإنترنت. ففي استطلاع قامت به شبكة التلفزيون CNN وصحيفة USA Today ومعهد جالوب Gallup اشار الإستطلاع الجماهيري الى تنامي هذه الظاهرة في أوساط الشرئح الشابة. فقد وصلت نسبة من يتصفح الإنترنت بدرجة منتظمة من الشرائح العمرية الأكبر 33٪، ومن هولاء 28٪ يتابعون الإعلاميات الشخصية blogs.. وفي المقابل فـ إن 91٪ من الشرائح العمرية الأصغر يتصفحون الإنترنت، ومن هولاء توجد نسبة 44٪ يتابعون الإعلاميات الشخصية[2].

وقد تولد لدى السياسيين اهتمام بتوظيف هذه الوسائل الجديدة – الإعلاميات الشخصية – في خدمة رسائلهم السياسية ومحاولاتهم الالتفاف حول الحصار الذي تطبقه وسائل الإعلام التقليدية على بعض

Media is plural, Morph, Oct. 7, 2005[1]

Trends in Newsrooms 2006, p. 46[2]

الساسة الناشطين. كما يرى بعض الساسة أن هذه الوسائل هي أوعية نشر اضافية يجب توظيفها للوصول الى الجمهور العام او جمهور خاص على وجه التحديد في خطوات لمزيد من التواصل بين السياسيين والمواطنين[1].

كما أن هذه الإعلاميات الشخصية أصبحت محطات يتم فيها تجاوز وسائل الإعلام التقليدية التي ربما تكون موجهة من قبل شركات علاقات عامة لتمرير رسائل معينة. وقد تكون وسائل الإعلام في بعض الأحيان أدوات لتمرير رسائل علاقات عامة لدول او شخثيات او مؤسسات، ولكن النشر من خلال الإعلاميات الشخصية يعطي رأيا آخر في بعض القضايا والموضوعات ويعكس اتجاهات مخالفة لما قد تبثه وسائل الإعلام التقليدية. ويرى بعض الناشرين أن هذه الإعلاميات الشخصية هي ايجابية وسلبية في نفس الوقت، فهي ايجابية لأن محتوياتها تستقطب اهتمام شرائح كبيرة من الناس، ولكنها سلبية لتعذر وجود آليات واضحة لتقنين رسوم اشتراك نظير هذه الخدمة المجانية التي تتيحها اذا كان هناك توجه لمثل هذا الإجراء[2].

وكالات الأنباء العالمية:

قد يتساءل أحد هل أحدثت ثورة تقنيات الإتصال والمعلومات، وخاصة ظهور الإنترنت وتأثيره على الجمهور الإعلامي العام، هل أحدثت هذه الظروف تأثيرا على طبيعة عمل وكالات الأنباء العالمية او على محتوياتها التحريرية؟

---

(1) Wall Street Journal, March 23, 2005

(2) MarketWatch, March 23, 2005

ويمكن الإشارة الى أن التأثير بتفاوت من وكالة الى وكالة الأخرى. وأجمالا بمكن القول بأن وكالة الأسويشتد برس Associate Press لم تتأثر كثيرا ،واستمرت في عملها ودورها التقليدي بنشر أخبار وتقارير من اعضائها المشاركين فيها من صحف ووسائل إعلام أخرى. واذا دخل المتصفح الى موقع هذه الوكالة واانتقى موضوعا ، فإن هذا الموضوع عادة ما يكون مرتبطا برابط الجهة الإعلامية التي يعود اليها هذا الموضوع او الخبر او التقرير، وبالتالي اذا كانت هناك قيود على بث او نشر الخبر او الموضوع، فأن الجهة صاحبة الحقوق هي التي تضع مثل هذه القيود[1].

أما وكالة الصحافة الفرنسية Agence France Pres فإنها لاتنشر او تبث الا بنسبة ضئيلة من مجمل محتوياتها على موقعها الإلكتروني، وبالتالي فهي مستمرة في منهجها التقليدي في إعطاء الفرصة فقط للمشتركين فيها. وبخلاف هاتين الوكالتين فإننا نجد وكالة رويترز Reuters قد قفزت الى الأمام وأصبحت وكالة مفتوحة أمام الجمهور العام، حيث أتاحت نسبة كبيرة من محتوياتها بما في ذلك اللقطات المرئية video لإطلاع متصفحي موقعها الإلكتروني[2].

---

(1) Trends in the Newsroom 2006, p. 79

(2) TN 2006, p. 80

أشار دين رايت Dean Wright مدير تحرير وكالة رويترز الى عدة عوامل أدت الى تغيرات جوهرية في الإعلام خلال السنوات الماضية، ومن هذه العوامل[1]:

1. ظهور الإعلام الرقمي.. بديلا عن الإعلام الأنلوجي، وهذه موجة طاغية أثرت على الإعلام بشكل كبير جدا. وما لاحظناه خلال السنوات الثمان الماضية التي سبقت هذا العهد الجديد، وتحديدا ظهور تقنية البرود باند broadband ، هي ذروة القوة الهائلة ف التغيير. كما أن ظهور الإنترنت قد غير من دورة العمل الإعلامي التقليدية وانتهج أسلوب المباشرة والفورية. وقد أدركت كثير من الصحف أن من غير الملكن الأنتظار الى صباح يوم الغد لنشر الأخبار المتسارعة، ولهذا فإن الحلول تكمن في بث توالي هذه الأحداث وتسارعها على مواقعها الإلكترونية، حتى يمكن أن تواكب الصحف وسائل الإعلام الأخرى من محطات تلفزيونية وإذاعية ومواقع انترنت. ولا ينبغي أن تقاوم الصحف هذ الإتجاه الجديد، بل يجب ان تباركه وتحاول استثماره.
2. تمتلك الصحافة سمة مميزة عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، فهي أقدر على معرفة الشئون المحلية التي تقع فيها الصحف. ولا يمكن أن تتنافس معها وكالات الأنباء العالمية مهما بذلت تلك الوكالات من جهود ووضعت من امكانيات. وهناك اتجاه عام للوكالات أن تكون عالمية، الا أن ما يميز الصحف هو استمرارها في الإهتمام بالأحداث المحلية. وهذه السمة لا يجب أن تفقدها الصحف في زخم الإهتمام بالشأن العالمي.

---

[1] www.editorsblog.org.anlysis/2005

3. يرى البعض أن هناك تنافس كبير بين ووسائل الإعلام الأخرى وبين محركات البحث الإلكترونية مثل الياهو yahoo وجوجل google ، ولكن المؤكد كما يشير الى ذلك الكثير من الباحثين واصحاب الإختصاص أن الخدمات يجب ان تكون متكاملة بين الطرفين. فكلما كان محرك البحث سريعا وشاملا ، أمكن وصول المتصفح الى الأخبار التي يرغب فيها في لحظات سريعة ، وهذا يخدم وسائل الإعلام عامة.

4. يشير البعض الى وجود تنافس بين وكالات الأنباء العالمية ووسائل الإعلام الأعلام الأخرى، خاصة الصحافة ، ولكن يجب ملاحظة أن هذه الوكالت لا تتجه الى اجماهير العامة كما هي الحال مع وسائل الإعلام الأخرى من صحافة وتلفزيون، ولكنها تتجه في أغلب الأحوال الى مشتركين أعضاء في هذه الوكالات من إعلاميين ومهنيين ومهمين، او ما يمكن تسمتهم بجمهور العملاء consumer audience.

5. هناك اتجاه سائد حاليا في الغاء مفهوم الإختلافات بين الوسائل، وبناء مفهوم الودة الإعلامية. ويتم في كثير من المؤسسات والأكاديميات الإعلامية بناء جيل جديد يمكن أن يتعامل مع كافة وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية ، فعلى سبيل المثال تسعى كل من صحيفة نيويورك تايمز ووكالة رويترز الى تدريب كوادرها للتعامل م الوسائط المتعددة.

تعد وكالة رويترز رائدة من بين الوكالات العالمية في استثمار التقنيات الحديثة ، وتبنيها مبادرات جديدة للتعامل مع المعطيات الإعلامية ، ومواكبة توجهات السوق واهتمامات الجمهور العام، ويمكن ايضاح أهم الخطوات التي تبنتها الوكالة في هذا المسار:

- من المؤكد أن وكالات الأنباء العالمية ستأخذ في اتجاهاتها الجديدة المنافسة على الجمهور العام. وسيصبح الفرد العادي هو أحد مناطق المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى، مثل محطات التلفزة والإذاعة والصحافة. وتعمل وكالة رويترز بشكل خاص على نشر خدماتها الإخبارية الى المشتركين في الجوالات لإبلاغهم بأهم الأخبار والأحداث العالمية وخاصة الطارئة والهامة على الصعيد الدولي. فنظير اشتراك شهري لا يتعدى ثلاثة دولارات (أمريكية) يمكن ارسال أهم عناوين الأخبار بمعدل عدة أخبار في الأسبوع[1].
- تعمل وكالة رويترز الىتقديم خدمات متخصصة في المجال الذي يرغبه المشترك من خلال دمات الجوال، وهذا ما يمكن تسميته بالخدمات المعلوماتية المتخصصة[2].
- كما أن اتجاه رويترز هو تقديم خدمات مرئية (لقطات فيديو) بالتعاون مع كبرى شركات الإتصالات Vodafone حيث يمكن تقديم لقطات مرئية من الأحداث والأخبار الى الملاء المشتركين عبر الجوال – أكثر من عشرين لقطة فيديو – اضافة الى معلومات مالية وغيرها بشكل يومي[3].

DMeurope.com, Aug. 10, 2005[1]

Journaism.co.uk, Nov. 25, 2005[2]

Media Bulletin, Nov. 25, 2005[3]

الاتجاهات المقاسية للصحافة الدولية:

يمكن أن نقول بان الصحف في العالم تتوزع بين ثلاثة أشكال أو أنماط مقاسية، هي التابلويد (النصفية) والبرودشيت (الكاملة) والشكل الأوسط الذي يقع بينهما.

أ- البرودشيت:

كانت بداية الصحف في القرن السابع عشر الميلادي على شكل مطويات ورقية صغيرة، ولكنها كبرت في الحجم خلال العقود التالية. وفرضت الحكومة الإنجليزية في القرن الثامن عشر (تحديدا عام 1712م) الضرائب للحد من تأثير هذه الصحف على الرأي العام، وكانت تعتمد كمقياس على قيمة الضرائب على أساس عدد الصفحات، ومن أجل استيعاب أكبر قدر من المعلومات والأخبار والمقالات وتقليل نسبة الضرائب[1]، تولدت الحاجة لأن تكون الصحف كبيرة الحجم broadsheet أي بالمقاس الكامل المعروف حاليا في كثير من الصحف العربية والسعودية. وكانت صحيفة Dutch Courante الإيطالية أول صحيفة بالحجم الكامل "برودشيت"، وذلك عام 1618م.

معظم صحف البرودشيت تصل مقاساتها للصفحة الواحدة 60 سم طولا، و37.5 سم عرضا، أي ضعف مساحة صفحة التابلويد. ويزيد عرض صحافة البرودشيت قليلا في استراليا ونيوزيلاندا عن باقي صحف العالم بحوالي خمسة سنتيمترات). أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن مقاسات البرودشيت تقل عن الشكل العالمي، حيث بعدا الصحف هناك يصل إلى حوالي 57سم و 37.5 سم، حيث تعتبر

---

(1) www.psfk.com/2005/04/abloid_newspapers

الصحف الأمريكية الأقل طولا من بين صحف العالم، كما أن صحيفة وول ستريت جورنال الأمريكية أقل عرضا من باقي الصحف الأمريكية، حيث يصل عرضها إلى 30 سم[1]. وقد توقع توني سميشون مدير الإنتاج في إحدى الصحف الأمريكية بأن الخمس أو العشر سنوات القادمة ستشهد نهية البرودشيت في الولايات المتحدة[2]. وذكر رئيس إحدى المجموعات الصحافية الكبيرة في الولايات المتحدة نايت رايدر Knight Ridder أن هذه المجموعة قد شكلت لجنة للنظر في خيارات تحويل بعض صحفها إلى تابلويد، علما أن المجموعة في وقت لاحق اشترت خمس صحف من بينها صحف تابلويد. كما أن مجموعة صحافية أخرى جانيت Gannett وهي المجموعة التي تمتلك صحيفة يو إس أي تودي USA Today تفكر في شراء مطابع جديدة من ألمانيا لبعض صحفها تكون على مقاس بيرلاينر أو كومباكت[3].

ترتبط صحف البرودشيت عادة بأنها صحف جادة، ومتوجهة للنخب العليا في المجتمع، لأنها تعتمد على قصص خبرية معمقة، مع ابتعاد هذه الصحف عن عناصر الإثارة التي تطرحها صحف التابلويد. ويجب التنويه هنا إلى أنه ليس كل صحيفة تابلويد هي صحيفة إثارة، وليست كل صحيفة برودشيت هي صحيفة جادة. فعلي سبيل المثل، فإن صحيفتي الديلي ميل وصحيفة الديلي اكسبرس هما في شكل تابلويد، ولكن محتواهما مختلف عن باقي صحف التابلويد الأخرى مثل الصن.

---

(1) www.en.wikipedia.org/wiki/broadsheet

(2) Lewis, David, "Tabloids to Broadsheets: Drop Dead",

(3) www.newsandtech.com/nexpo/2005

كما أن صحيفة برودشيت مثل بلد الألمانية هي صحيفة إثارة وفضائح في مضمونها. كما أن بعض صحف البرودشيت تصدر لاحق متخصصة على شكل صحف تابلويد.

مع تنامي التحول نحو نظام التابلويد، لم يبق الا القليل من الصحف الوطنية بنظام البرودشيت في المملكة المتحدة، ومنها صحيفة الديلي تيليجراف Dail telegraph وصحيفة الصندي تايمز Sunday Times، حيث لا زالا يقاومان التحولات الجديدة، رغم وجود إشاعات أن الجارديان ستتحول قريبا إلى صحيفة تابلويد، أو كما يراها البعض من الصحف الجادة التحول نحو صحف مصغرة compact . وتوجد صحف أخرى في الساحة الصحافية البريطانية بنظام البرودشيت ومنها الفايننشال تايمز غيرها من الصحف الإقليمية.

بد التابلويد:

هو مقاس صغير للصحيفة، يصل إلى نصف الصحيفة الكاملة، أي بطول 23.5 بوصة (حوالي 60 سم) وبعرض 14.75 بوصة (حوالي 37 سم). وقد بدا استخدام مصطلح تابلويد من الحقل الطبي من خلال إحدى شركات الأدوية البريطانية، بقصد ضغط الحبوب العلاجية لتصبح "تابلت مضغوطة"، أي جعلها في أحجام صغيرة. ثم انتشر الاستخدام في ميادين أخرى ومنها الصحافة، حيث يعتبر ألفرد هارمسورث Harmsworth أحد أوائل من استخلص نموذجا مضمونيا لصحافة تعتمد على الإثارة السياسية وتبلي الذائقة الشعبية للناس، ويكون له التأثير على الرأي العام. وقد استطاع من خلال النشر في مطبوعاته من التابلويد الصحافية أن يسقط حكومة الحرب البريطانية

في الحرب العالمية الأولى. وقد عاش هارمسورث خلال الفترة 1865-1922م[1].

وانطلاقة صحافة التابلويد في اوروبا بدات نتيجة عاملين، هما (1) محاولة تقديم وجبات سريعة للقارئ يتناولها وهو في مكان عام مثل القطارات أو الباصات خلال ذهابه أو عودته من عمله.
(2) تقديم وجبات جديدة من العمل الصحافي، تعتمد على تركيز أكبر من القصص ذات الاهتمامات الإنسانية، وأخبار الحوادث، وبرامج الترفيه المتاحة[2].

تعتبر صحيفة الصن من أشهر الصحف البريطانية- ومعها عدد من الصحف الأخرى- وهي صحيفة إثارة وفضائح وإغراء، وقد توجهت في السنوات الأخيرة كثير من الصحف البريطانية لتوظيف شكل تابلويد بديلا لأشكالها التقليدية، حيث انضمت في السنوات الماضية ثلاث من أشهر الصحف الجادة البريطانية إلى ركب التابلويد، وهي صحيفة التايمز Times – التي تحولت بعد 216 عاما منذ تأسيسها - وصحيفة الإندبندنت Independent وصحيفة سكوتسمان Scotsman . وتحاول هذه الصحف استخدام مفردة أخرى compact عند الحديث عن الشكل الجديد لها تحاشيا لاستخدام كلمة تابلويد التي ترتبط لدى الناس عادة بصحافة الفضائح والإثارة والجريمة[3]. وأشارت تقارير عن بعض من هذه الصحف إلى نمو في

---

(1) http://en.wikipedis.org/wiki/tabloid

(2) www.poynter.org/content/content_view.asp

(3) Ibid

توزيع هذه الصحف بعد ستة أشهر من التحول نحو المقاس المصغر compact، حيث اشارت التايمز إلى نمو يقدر 32٪، وصحيفة الإندبندنت إلى 21٪[1].

وتنتشر التابلويد في اوروبا، ومن أشهر صحف التابلويد صحيفة بلد Blid الألمانية، وهي صحيفة إثارة في شكل برودشيت (وليست صحيفة نصفية)، وتوزع حوالي الأربعة ملايين نسخة يوميا[2]. كما في السوق الألمانية تحولت إحدى الصحف المشهورة دي فيلت Die Welt إلى تابلويد عام 2005م[3]. وفي هولندا تحولت عدد من الصحف الجادة إلى مقاس التابلويد، وتاتي في المقدمة أشهر الصحف الهولندية NRC Handelsblad، اضافة إلى صحف أخرى مجانية تبنت نظام التابلويد مثل مترو وغيرها من الصحف[4].

في الصحافة الأمريكية، تعتبر صحيفة نيويورك ديلي نيوز New York Dail News أول نموذج لصحافة التبلويد، ولكن لم تكن مثل هذه الصحافة بنفس حجم الإثارة الموجود في الصحافة البريطانية. ولكن يمكن القول بأن صحيفة نيويورك بوست New York Post منذ أن اشتراها روبرت موردوك عام 1976م هي نموذج أقرب لصحف التبلويد البريطانية. وعلى مستوى التابلويد توجد صحف أخرى في الولايات المتحدة، ومنها فيلادلفيا ديلي نيوز، شيكاغو صن-تايمز، دنفر روكي ماونتن نيوز، بوستن هيرالد، وغيرها من الصحف

---

(1) Ibid

(2) http://en.wikipedis.org/wiki/tabloid

(3) www.iht.com/articles/2005/05/15/business/papers16

(4) Ibid

الأخرى، بما فيها صحيفة مجانية تصدر في سانفرانسسكو وواشنطن وبلتيمور واسمها إقزامنر Examiner[1].

وقد تحولت طبعتا وول ستريت جورنال الأوروبية والآسيوية إلى شكل تابلويد، تمشيا مع السوق الأوروبية والآسيوية التي تضغط في اتجاه هذا التحول. ويجب التذكير هنا على أن صناعة الإعلان هي إحدى القوى المؤثرة على التوجه نحو صحافة التابلويد، حيث يرى المعلنون أن الإعلام في صحافة التابلويد لن يعطى التأثير المطلوب للإعلام على القراء[2]، ولهذا فتحاول هذه المؤسسات الإعلانية أن توقف زحف هذا التوجه العالمي نحو التابلويد.

وفي دول أخرى في العالم هناك العديد من الصحف التي تبنت هذا النظام الصحافي، وفي الصين على سبيل المثال، فإن هناك تحولا كبير نحو التابلويد منذ منتصف التسعينيات. وفي روسيا فإن صحيفة موسكو نيوز، وفي جورجيا صحيفة كييف بوست كلاهما من صحف التابلويد، كما أن صحيفة فاينانشال الجورجية قد تحولت إلى تابلويد.
وتواصل موجة التابلويد اكتساحها لكثير من صحف العالم، حيث وصلت الظاهرة في أمريكاالجنوبية، في الأرجنتين، وتشيلي، ثم في شمال أوروبا، وفي آسيا، في سنغافورة وماليزيا، وغيرها من دول العالم. وقد ذكر أحد المحللين الاستراتيجيين في الجمعية الدولية للصحافة – ومقرها باريس – أن 40٪ من صحف العالم قد تحولت إلى تابلويد بنهاية

---

[1] Ibid

[2] www.psfk.com/2005/04/abloid_newspapers

عام 2005م، بينما كانت النسبة حوالي 30٪ قبل مطلع القرن العشرين الميلادي[1].

جـ- صحف الكومباكت أو البيرلاينر:

كومباكت compact هو مصطلح بريطاني، يعني تحول صحيفة جادة quality من طباعة برودشيت إلى مقاس أصغر حجما، لكنه أكبر من مقاس التابلويد. والكومباكت يسمى أيضا في الأدبيات الصحافية بيرلاينر Berliner هو المقاس الوسطي بين التابلويد وبين البرودشيت يسمى احيانا midi وتعني الشكل الوسطي في حجم الصحيفة. ويصل طول هذا المقياس إلى 47 سم، وعرضه 31.5 سم، أي اطول من صحف التابلويد، ولكنها ليست أعرض منها الا بأقل من سنتيمتر تقريبا. وعلى الرغم أن الكثير من الباحثين والمحللين الإعلاميين يرون أن أي تحول من نظام البرودشيت إلى نظام مقاسي أصغر هو تحول نحو التابلويد، الا أن مسئولي تلك الصحف يرون أن التحول يجب ان يعطى تسميات جديدة، مثل كومباكت compact أو بيرلاينر beriner وذلك حتى لا ينظر القراء أن هذا التحول على أنه انتصار لصحف التابلويد، وحتى يعطي الإحساس بأن التوجهات التحريرية لهذه الصحف لم يتغير، فلا تزال الجدية هي الأساس الذي تنتهجه هذه الصحف لسياستها التحريرية. ويبدو أن هذا النظام الورقي الجديد سيأخذ مكانته منبين الأنظمة الورقية في الصناعة الصحافية، حيث سينضم إلى النموذجين السابقين، البرودشيت والتابلويد.

---

(1) www.iht.com/articls/2005/05/business/papers1

وتـأتي في مقدمـة الصـحف الـتي تنعـت مقاسـها الجديـد بالكومباكت صـحيفة لـي مونـد Le Monde وصـحيفة لـي إكـو Les Echos الفرنسيتين، وصحيفة لاريبلي la Republica وصحيفة LaStampa لاستامبا الإيطاليتين، وصحيفة دي مورجن De Morgrn البلجيكية، بالإضافة إلى الصحف الأولى في كرواتيا وصربيا ومنتوجومري، ومؤخرا صحف في دول أخرى ومنها صحيفة هآرتز Haaretz الإسرائيلية، التي تحولت في فبراير 2007م. كما تحولت صحيفة منت Mint الهندية - وهـي مشـروع مشـترك بـين مؤسسـة محليـة مـع صـحيفة وول سـتريت جورنـال - إلى نظـام بيرلاينـر في فبرايـر 2007م[1] وفي الولايات المتحدة الأمريكية فإن الصحيفة الوحيدة التي تحولت إلى نظام البيرلاينر هـي صـحيفة ديلـي جورنـال أنـد كورير The Daily Journal and Courier في ولاية انديانا حتى منتصف 2006م[2].

الإتجهات الحديثة في التصميمات الفنية: اشارت بعض الدراسات عن التصاميم الصحافية، الا أن فترة ما بين الحربين العالميتين شهدت العديد من التجارب لتطوير مفاهيم اخراجية في الصحافة الأمريكية[3].

---

(1) www.en.wikipedia.org/wiki/berliner

(2) Ibid

(3) Nerone, John and Kevin Barnhurst, "Visual Mapping and Cultural Authority: Design Changes in U. S. newspapers, 1920-1940", Journal of Communication:45, 1995, pp. 9-43

وحدث تحول مهم في تطور الإخراج الصحافي، حيث انتقلت مدرسة التصميم من خلال التقليد ، أي أن معظم الصحف تقلد بعضها البعض، إلى مدرسة الخصوصية الإخراجية، أي أن كل صحيفة تحاول أن تبني لها شخصيتها الإخراجية بما يميزها عن غيرها من الصحف. وقد دعا جارسيا إلى توقف الصحف عن تقليد بعضها البعض، وبدلا من ذلك تتوجه إلى بناء خصوصية فنية تتمايز به كل صحيفة عن الأخرى[1].

وكان التحول الأساسي في المدرسة الإخراجية هو من النمط التقليدي الذي تمثل خلال العقود الأولى من القرن العشرين في صورة أو صورة صغيرة باللون الأبيض والأسود، والاعتماد النظام الإخراجي الرأسي vertical design والذي يتحدد من خلال الخطوط الطولية التي تفصل بين الثمانية الأعمدة التي تتكون منها الصفحة. وبطبيعة الحال، تزخر الصفحة الأولى بشكل خاص بعشرات الأخبار القصيرة التي تتوزع على مجمل أعمدة الصفحة.

ومنذ السبعينيات الميلادية من القرن العشرين، بدأت الألوان تأخذ مكانها على الصفحة الأولى، وبالتالي فقد تحول الاهتمام من الإخراج الذي كان يعتمد على النص، إلى الإخراج الذي بدأ يعتمد على أشكال جديدة في المادة الصحافية، أي أن الجديد في المدرسة الإخراجية بدأ يزاوج بين الكلمة والفن، أو المضمون والشكل. كما

---

[1] Garcia, Mario, "We 've come a long way", The America Editor, April, 2000, pp. 4-5.

تحولت الطريقة الإخراجية من الاعتماد على القلم والورقة، إلى استخدام الكمبيوتر وبرامج التصاميم الصحافية[1].

عندما ظهرت صحيفة يو إس أي تودي، جاءت بشكل فني وإخراجي جديد، ومثل ذلك توجها جديدا في المدرسة الإخراجية الصحافية، ومن بين أهم تلك الملامح: تقليص عدد الموضوعات في الصفحة الواحدة، تقليص عدد العناوين ولكن في المقابل تكبيرها، الاعتماد على أشكال فنية مثل الجرافيك المعلوماتي، وكوادر معلوماتية وصور فوتوغرافية تحسن من الشكل الصحافي الإخراجي، زيادة المساحات البيضاء في الصفحة وعدم خنق الصفحة بمساحات سوداء من الكتابة والمواد الطبوغرافية، وأخيرا فإن الألوان بدأت تدب في كثير من الصفحات والصحف[2].

وجاء التنافس بين صحف البرودشيت وصحف التابلويد منصب في محور أساسي بينهما على الشكل الإخراجي لهذه الصحف. وكما هو معروف، فإن وضع الصحيفة في استاندات البيع له تأثيره على حجم مبيعات أي صحيفة. ولهذا عمدت صحف البرودشيت إلى إعادة بناء الصفحة الأولى وهيكلتها اخراجيا، بحيث يكون النصف الأعلى يصبح على شكل شاشة تلفزيونية متكاملة. ومن هنا، روعي في ذلك وجود عناوين جاذبة، وصور معبرة، وبألوان مختلفة لاستقطاب اهتمامات

---

(1) Utt, Sandra and Steven Pasternack, "Front page Design: Some Trends Continue", Newspaper Research Journal:24: 3, 2003, p. 48

(2) http://wikipedia.org/wiki/news_design

الجمهور. ونشير هنا[1]، إلى أن صحيفة صندي ستار تايمز The Sunday Star Times النيوزيلندية وهي أكبر صحيفة هناك، واجهت تنافسا حادا مع صحيفتين تابلويد، ولهذا اضطرت لأن تعيد بناء تصميم صفحاتها، وخاصة الصفحة الأولى لتوكب اتجاهات الشكل الجديد في التصميم والإخراج الصحافي.

ولا شك أن الصفحة الأولى في أي صحيفة هي الواجهة الأمامية التي تطل من خلالها الصحيفة على جموع قرائها، كما أن الصفحة الأولى هي العنوان الذي يلفت انتباه القرء إلى ملخص ما تم إعداده من موضوعات وأخبار خلال الأربع والعشرين ساعة الماضية. وقد أشارت موسس Moses إلى أن دخول القارئ إلى الصفحة الأولى يأتي من الصور الكبيرة والعناوين الكبيرة، الذي يضيف بعدا مرئيا إلى الصفحة مما يعزز فرص القراءة لموضوعات الصفحة[2].

لامست المدرسة الحديثة في الصحافة الدولية سمات متميزة في الشكل والتصميم والإتجاه نحو الألوان، وفيما بعض الإشارات عن هذا التطوير:

1. الإتجاه الى أحجام صغيرة من الصحف، وعلى سبيل المثال فقد اعتمدت صحيفة USA Today نظام السبعة أعمدة بدل الثمانية المعمول به في الصحف بالحجم التقليدي. كما

---

(1) www.brasstacksdesign.com/bfd/

(2) The American Editor, " Moses, Monica, "Consumer Mentality April, 2000, pp. 6-7

أن صحفا عالمية باحجام كاملة أخذت تتجه الى مقاس التابلويد، مثل التايمز اللندنية.. وقد جاء هذا التحول مواكبة لمتطلبات القراء، على الرغم من كون صحف التابلويد تتصف عادة بالإثارة والمبالغة الصحافية.

2. تكبير المانشتات الرئيسة في الصحيفة، وتقليل عدد كلمات العناوين قدر الإمكان، وذلك بالنسبة للقصص الإخبارية الهامة والمثيرة في الصفحة الأولى تحديدا.
3. استخدام الألوان في الصحف استجابة لتوجهات القراء ومحاكاة للتلفزيون، وكانت صحيفة USA Today تسمى بصحيفية تلفزيونية، وخاصة عندما يتمت صميم النصف الأعلى من الصفحة الأولى. وتوضع في استاندات بيع الصحف.
4. توظيف الجرافيكس بشكل متنامي، وزيادة استخدام الصور الفوتوغرافية. ولا شك أن الجرافكس الملون والصور الملونة تعكس تأثيرا كبيرا على القراء، وتعطي جاذبية عالية للصحيفة. وتتمثل أهم العمليات الجرافيكية في ثلاث أشكال (ريتش، 2002) ، هي المخطط الإحصائي وخارطة الموقع، ورسم لوقوع حدث معين.
5. من الملاحظ أن تبويب الصحف اليومية تغير كثيرا في السنوات الماضية، فبدل الصحيفة ذات الجسم الواحد، تعدد الصحيفة الى أقسام عديدة، ومن الأقسام الرئيسة التي تتكرر كثيرا في معظم الصحف الحديثة، قسم الأخبار

(الرئيسي) وقسم الإقتصاد، وقسم الرياضة، واحيانا قسم الترفيه.

نموذج من الصحافة الدولية

ـ الصحافة الأمريكية:

يو إس أي تودي:

يعتبر 15 سبتمبر 1982م تاريخا مهما في الصحافة الحديثة في العالم ، فقد صدرت صحيفة يو اس أي تودي USA. Today في الولايات المتحدة الأمريكية . وتعد هذه الصحيفة بما احتوته من مضامين وأشكال إخراجية وقوالب تحريرية ثورة في عالم الصحافة . ويمكن أن يؤرخ لها أنها بداية عصر جديد في الصحافة الدولية المعاصرة . ويرجع الفضل في تأسيس هذه المدرسة إلى الصحافي الشهير نيوهارث Allen Neuharth الذي لطالما راوده حلم تأسيس صحيفة وطنية جديدة في الولايات المتحدة تعتمد على مدرسة صحافية جديدة منذ السبعينات الميلادية من القرن العشرين . لا سيما أن الولايات المتحدة على الرغم من أنها تمتلك أكثر من 1600 صحيفة يومية إلا أنها تفتقر لوجود صحف وطنية توزع على مستوى الدولة . ولم توجد على مدى العقود الماضية سوى ثلاث صحف هي وول ستريت جرنال Wall Street Journal وصحيفة كرستيان ساينس مونيتور Christien Science Monitor وصحيفة نيويورك تايمز New York Time – وخاصة عددها والأسبوعي ليوم الأحد الذي يلقى إقبالا كبيرا من مختلف شرائح القراء في مختلف الولايات المتحدة .

وجدت صحيفة يو إس أي تودي موجة من الإنتقادات وخاصة من الإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث لم تجد القبول منهم. فعلى سبيل المثال ذكر بين برادلي Bradlee من صحيفة واسنطن بوست إنه اذا اعتبر احد أن يو إس أي تودي صحيفة من الصحف الجيدة، فإن أعتبر نفسي من خارج منسوبي صناعة الصحافة. وذكر إدورد سيرز Sears مدير تحرير صحيفة أتلانتا جورنال إن قراءة صحيفة يو إس أي تودي أشبه بقراءة دليل التلفونات (الصفحات الصفراء yellow pages). بل أضاف احد المحررين ديفيد هول Hall من صحيفة سينت بول إن قراءة هذه الصحيفة تشبه قراءة الإذاعة (يشير إلى تهكم واضح بالصحيفة)[1].

اتجهت الصحيفة عند تأسيسها إلى شرائح معينة في المجتمع الأمريكي بناء على دراسات تسويقية هدفت إلى تأسيس قاعدة من القراء . وتحديدا اتجهت الصحيفة إلى أربع شرائح كانت ترى أنها يمكن أن تشكل لها هذه القاعدة للانطلاق نحو مفهوم الصحيفة الوطنية[2] :

1. جيل الطفرة الاقتصادية وهم هؤلاء الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية ، وتحديداً بين عامي [1946 – 1964م]. وهؤلاء هم الذين يقودون الحياة العامة في المجتمع الأمريكي ، وكانت

---

(1) MacCartney, James, "USA Today grows up", American Journalism Review: 19:7, September 1997, p. 18

(2) Hartman, John k. (1992) The USA Today Way, Central Michigan University, p. 5

أعمارهم عند صدور صحيفة USA TO Day على 1982م تتراوح بين أعمار 18 عاماً و 36 عاماً . وتشير الدراسات السكانية إلى أن هذه الشريحة كانت تمثل 78 مليون فرد في المجتمع الأمريكي .

2. الجماهير الرياضية .. وتشكل نسبة ثلاثين في المائة من مجمل السكان وهم – في مجملهم رجال – يعشقون الرياضة ويتطلعون دائما إلى متابعة الألعاب الرياضية ويتعايشون مع نجوم الرياضة في مختلف الألعاب . وقد قدم التلفزيون تغطيات منوعة لهؤلاء النجوم والرياضيين ولهذا تأتي هذه الصحيفة للتتوجه إلى هؤلاء بطريقة تكون في مستوى جاذب لهذه الجماهير العريضة من عشاق الرياضة .
3. جماهير السفر والسياحة ... وهؤلاء يشكلون أرقاماً مهمة من القراء الذين يتعطشون لمعرفة ما يدور في شئون اهتماماتهم المحلية عندما يغادرون ويساندون في رحلات عمل أو زيارات ترفيه
4. جماهير العزاب وخاصة هؤلاء الذين يعيشون بعيداً عن أهاليهم وأقاربهم ، فقد توجهت الصحيفة إليهم لنقدم لهم كل ما يحتاجونه وهم في وحدتهم وغربتهم .

وخلال السنوات الأولى بعد صدور صحيفة USA TO Day حاولت صحف أخرى استنساخ هذه الصحيفة بتعديلات معينة أملاً في مواكبة النجاح الذي لاقته الصحيفة. فمثلاً حاول البليونير الإعلامي المكسيكي (أيميليو ازكراجا Azcaraage مع عدد من الصحافيين وفي مقدمتهم الصحافي فرانك ريفورد Deford استنساخ صحيفة شبيهة ليواس أي تودي أسموها The National ولكنها رياضية بحتة

ولكنهم أخفقوا في الحصول على الدعم الإعلاني لمواكبة تكاليف مثل هذا الإصدار وبينما تصل المساحات الإعلانية في معظم الصحف الناجحة إلى حوالي 50٪ من مجمل المساحة ، إلا أن هذه الصحيفة الرياضية لم تحظ إلا بحوالي 10 ٪ مما اضطرها إلى التوقف ، وخاصة بعد أن أصدرت صحيفة USA. Today ملحقاً أسبوعيا عن لعبة البيسبول[1]. وقد كان ألن نيوهارث مع مؤسس صحيفة يو اس أي تودي قد رفضوا أن تكون هذه الصحيفة رياضية بحتة وفضلوا أن تكون ذات اهتمام رياضي كبير بدلاً من ذلك .

وبسقوط صحيفة The National يعطي توقعات المؤسسين نظرة صاقبة في اختيارهم أن تكون هذه الصحيفة ذات صبغة عامة ولا تكون مقتصرة على مضمون واحد[2].

وظهرت صحيفة أخرى في مدينة سانت لويس عام 1989م اسمها The St. Louis San موجهة إلى جيل الطفرة الاقتصادية ولكنها أخفقت كذلك بعد عدة أشهر . ولم تنجح هذه الصحيفة إلا في كونها أجبرت الصحيفة المحلية المنافسة لها على تطوير ذاتها وتحسين مستواها وقد انطلقت صحيفة يو أس أي تودي عند صدورها في شكل إخراجي جديد ، عبارة عن أربعة أقسام Sections يتحلى كل قسم بلون مميز فقد أخذ القسم الأول الإخباري اللون الأزرق ، والقسم الثاني عن الرياضة اللون الأحمر ، والقسم الثالث عن الاقتصاد اللون الأخضر ،

---

(1) المرجع السابق، ص 6.

(2) المرجع السابق ص 6 .

والقسم الرابع عن الحياة (المجتمع) اللون البنفسجي ، واتسمت الصحيفة بالصور الملونة في كل صفحاتها ، ولكن بشكل ملفت في الصفحة الأولى والصفحات الأولى من كل قسم ، كما اتخذت الصحيفة لغة مختصرة ومركزه لكل أخبارها وموضوعاتها ، وتحمل الصحيفة في كل قسم من أقسامها قصة صحافية رئيسة يتم استكمالها في الصفحة التالية ، وهي الموضوع الوحيد الذي يحمل بقية حيث أن الموضوعات الأخرى في الصحيفة لا تحمل أي بقيات في صفحات داخلية . وهي بهذا الإجراء تحل مشكلة يعاني منها القراء في تقليب الصفحات بحثا عن بقايا موضوعات سابقة . وتحاول الصحيفة منذ تأسيسها في التنوع في الموضوعات بحيث يتمكن القارئ من معرفة الكثير من الموضوعات ولكن القليل من التفاصيل في هذه الموضوعات[1]. كما حاولت الصحيفة أن تقدم للقراء وجهات نظر مختلفة ومتباينة من خلال صفحات الرأي والافتتاحيات، فقد حرصت أن تبث يوميا افتتاحياتها في تناول الرأي والرأي الآخر . من أي موضوع تكتب عنه[2].

ومن أهم ما تميزت به صحيفة USA. Today الرسوم الجرافيكية التي تشرح وتفسر وتصف الإحداث والموضوعات التي تتناولها ولهذا حاولت أن تواكب العين البصرية للقراء التي تعودت على مشاهدة التلفزيون الملون بإعطائه صحيفة ملونة ذات صورة وإشكال ورسوم ملونة وجذابة. أقل ما يقال عنها انها صحيفة تلفزيونية . وقد

---

(1) المرجع السابق ص 6-7.

(2) المرجع السابق ص 7 .

اعترف مؤسس صحيفة USA. Today ألن نيوهارث أن الأفكار التي وضعها في هذه الصحيفة جاءت من عدد من المجلات ومن التلفزيون وبعض الصحف المتطورة ذات في بعض الولايات الجنوبية في الولايات المتحدة[1].

إما على المستوى والخطط التسويقية للصحيفة ، فقد فتحت الشركات المعلنة ستة أشهر من الإعلانات المجانية عندما يتم توقيع عقد طويلة الأجل معها . وأشار توم كيرلي Tom Carley وهذا أحد الصحافيين الذين ساهموا في الأفكار الرئيسية وتم الطلب من أن يتولى الإشراف على قسم التوزيع بالصحيفة رغبة في زيادة أرقام توزيعها ، وذكر كيرلي أنه اعتمد على ثلاث استراتيجيات لتسويق الصحيفة وتوزيعها وهي :

1. الاتصال الهاتفي بالعملاء والطلب منهم الاشتراك في الصحيفة ، واستمرار الاتصال بهم مراراً وتكراراً حتى يقبلوا الاشتراك في الصحيفة .
2. تكثيف ستاندات بيع الصحيفة في كل مكان ، وخاصة في المواقع التي يتواجد فيها الناس ، حتى لو أن هذه النقطة البيعية تبيع نسخة واحدة أن اثنتين في اليوم .
3. إجبار الناس على قراءة الصحيفة سواء شاءوا أو لم يشاءوا من خلال وضع الصحيفة بين أيديهم حتى ولو بشكل مجاني، ولو لبعض الوقت ... فالراهنة هي على جودة وجاذبية الصحيفة عند ما يتطلع عليها القارئ .

---

[1] المرجع السابق ص 8 .

وقال كيري بأن سياسة الإغراق هذه تساعد على تعويد القراء على الصحيفة ، ولهذا فليس غريباً أن نسبة تزيد على الخمسين في المائة من إيرادات الصحيفة تأتي من بيع الطبعات الورقية للصحيفة .

وقد انطلقت صحيفة يو إس أي تودي USA Today وحققت نجاحات كبيرة، الى أن وصلت الى الصحيفة الأكثر توزيعا في الولايات المتحدة بفضل خطتها التسويقية المرسمة، وبفضل محتواها الجديد على الصحافة العالمية، بتركيز على الألوان واستخدامات الجرافيكس بشكل كبير.. وظهور صحيفة بنوعية وشكل ومحتوى جديد كان حلما للإعلامي الشهير ألين نيوهارث Allen Neuharth الذي أسس هذه الصحيفة من خلال إحدى كبرى الشركات (المجموعات) الاعلامية الأمريكية جانيت Gannett التي استثمرت بليون دولار أمريكي لتأسيس يو إس أي تودي USA Today للخمس السنوات الأولى.. وعلى الرغم من تعثر في السنوات الأولى، بسبب ظهور صحف منسوخة عن هذه المدرسة الجديدة مثل صحيفة ذا ناشونال The National والتي كان يملكها البليونير المكسيكي اسكراجا وكانت صحيفة رياضية بحتة، وكذلك صحيفة سانت لويس سن St. Louis Sun ، الا أن صحيفة يو إس أي تودي USA Today قد حققت نجاحات متنامية، وأدى استمرار نجاحها الى إفلاس هاتين الصحيفتين المنافستين.. وخروجهما من الساحة الصحافية. ومع مرور السنوات بدأت ترسخ مدرسة USA Today وتؤثر في باقي الصحف الأخرى سواء داخل الولايات المتحدة او خارجها، رغم التعليقات الساخرة التي وجهها الناشرون والصحافيون في البداية ضد مدرسة USA Today .. وحتى كبرى الصحف الأميركية مثل النيويورك تايمز

والواشنطن بوست ولوس انجليس تايمز بدأت تقلد الصحيفة الجديدة في نظام الألوان والأقسام ونظام الجرافيكس والجداول والتبويب التحريري. كما انتشرت هذه المدرسة في اوروبا وفي دول أخرى من آسيا.. كما أن هذه المدرسة أثرت على ظهور صحيفة الوطن السعودية، وصحيفة العرب اليوم الأردنية.

وقد تسلقت صحيفة USA Today سلم توزيع الصحف في الولايات المتحدة الى أن وصلت الى الصحيفة الأكثر انتشار في الولايات المتحدة الأمريكية، وتخطت الصحيفة الأولى لسنوات طويلة وهي صحيفة وول ستريت جورنال Wall Street Journal .

صحيفة نيويورك تايمز:

هي الصحيفة التي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث في الولايات المتحدة عبر العقود الماضية، أي أن المتتبع لأحداث معينة أو لخطب سياسية ينبغى أن يعود فيها إلى قراءة هذه الصحيفة. وهي تصدر في مدينة نيويورك منذ عام 1851م، عندما أسسه الصحافي والسياسي هنري ريموند Raymond . ومنذ الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي تحولت التايمز من دعمها للمرشحين الجمهوريين إلى موقف مستقل غير داعم لأي مرشح. الناشر أدولف أوكس Ochs هو الذي أطلق شعار التايمز عام 1897م وحتى اليوم "جميع الأخبار التي تتناسب مع الطبع" All News That's Fit to Print، وأصبح علامة بارزة في تاريخ الصحيفة، حيث يكتب يوميا على صدر صفحتها الأولى. وتمتلك حاليا عائلة سولزبرجر Sulzberger نسبة كبيرة من أسهم شركة نيويورك تايمز. ومنذ تأسيس هذه الصحيفة، لم تخرج الملكية الرئيسة

لها عن عائلة اوكس/سولزبرجر [1]. وتعد الصحيفة متميزة في أخبارها وتقاريرها وتأثيرها على الرأي العام الأمريكي، وقد حصدت 94 جائزة بوليتزر، وهي أشهر جوائز الصحافة في العالم. ويوجد بالصحيفة حوالي عشرين قسما تحريريا في مختلف التخصصات، ولها 23 مكتبا خارجيا في مختلف عواصم ومناطق العالم. كما لها ستة مراكز تحرير اقليمية داخل الولايات المتحدة في واشنطن، بوسطن، شيكاغو، لوس انجلس، سان فرانسسكو، وسياتل.

وقد كانت نيويورك تايمز تصدر طبعة دولية منذ عام 1946م، ولكنها توقفت عام 1967م عندما اشتركت مع صحيفة نيويورك هيرالد تريبيون وصحيفة واشنطن بوست على إصدار صحيفة دولية من باريس بمسمى انترناشونال هيرالد تريبيون International Herald Tribune . من أهم المحطات الرئيسة لهذه الصحيفة، هو المحاكمة التي دخلت فيها ضد الحكومة الأمريكية فيما يعرف بـ "أوراق البينتاجون" Pentagon Papers وكانت الصحيفة قد حصلت على تسريبات عبارةعن وثائق عسكرية سياسية تعكس الوضع في فيتنام من عام 1945م إلى عام 1971م، وبدأت التايمز تنشر هذه الوثائق على شكل سلسلة، ولكن أصدرت الحكومة الأمريكية في عهد الريس نيكسون أمرا قضائيا بايقاف نشر هذه الأوراق لأنها تتعارض مع الأمن القومي. وخلال هذه الفترة بدأت واشنطن بوست نشر نفس الأوراق من خلال مراسلها بين باجديكان Bagdikian فاضطرت الحكومة الأمريكية أن تصدر أمرا بايقاف نشر البوست لهذه الوثائق، التي تشير

---

[1] http://eg.wikipedia.org/wiki/new_york_times

إلى تعمد الحكومة توسيع دائرة الحرب بغارات جوية على شمال فيتنام، وأنه تم تجاهل واشعار المواطن الأمريكي بما يحدث في ساحة الحرب. وأخيرا تحولت نر هذه الأوراق في التايمز والبوست إلى المحكمة الدستورية العليا، التي قضت بأن حجب هذه الأوراق عن النشر يعد رقابة قبلية – قبل النشر – تتعارض مع التعديل الدستوري الأول FirstAmendment واعتبرها الكثير نصرا للصحافة ضد هيمنة الحكومة على النشر الصحافي بحجة ضرورات الأمن الوطني[1].

وعلى مستوى المقر الذي توجد فيه صحيفة نيويورك تايمز، فإن من أشهر المقرات التي احتضنت الصحيفة مقرها في الشارع 42 عام 1904م، وقد أعطت اسمها لمكان الاحتفالات الكبرى المفتوح وسمي تايمز سكوير، ولكن بعد تسع سنوات انتقلت إلى الشارع 43 ، بينما بيع مقرها السابق عام 1961م. ومن المتوقع أن تنتقل النيويورك تايمز إلى مقر جديد على شكل ناطحة سحاب تقع على تقاطع (West 41 & 8th Avenue) في مانهاتن بمدينة نيويورك ذلك خلال عام 2007م.

صحيفة واشنطن بوست:

تعتبر واشنطن بوست Washington Post الصحيفة الأولى والأكثر توزيعا في العاصمة الأمريكية واشنطن، وقد تأسست عام 1877م. وتعتبر مع نيويورك تايمز وصحيفة وول ستريت جورنال من أهم الصحف الأمريكية على مر العقود الماضية. وتدرج في ملكية الصحيفة عدد من رجال الأعمال، والكونجرس وغيرهم، ومن الطريف أن واشنطن ماكلين عندما شرى هذه الصحيفة عام 1905م مع ابنه جون

---

(1) Ibid

ماكلين، وقد أوصى قبل موته بان تدار الصحيفة من خلال وقف، تشكيكا في قدرة ابنه في متابعة شئون الصحيفة، وبعد موته عام 1916م اعترض ابنه، واستعاد ملكيته للصحيفة، ولكن حدث ما كان والده يخشاه، حيث ترددت أوضاع الصحيفة، وتم بيعها في مزاد علني عام 1933م، وامتلكها يوجين مبير Meyer ، ثم جاء زوج ابنته فيليب جراهام وامتلك الصحيفة عام 1946م. ثم امتلكت زوجته كاثرين مبير الصحيفة عام 1963م، وكانت هذه اول إمرأة ملأت مكان الناشر لكبرى الصحف الأمريكية، واستمرت في عملها ومناصب قيادية في البوست آخرها رئسة مجلس الإدارة، ثم رئيسة للجنة التنفيذية حتى وفاتها عام 2001م، وقد عمل معها أبنها دونالد جراهام كناشر للواشنطن بوست منذ عام 1979م، ثم رئيسا لمجلس الإدارة اى عام 2000م، عندما خلفه بويزفوليت جونز[1].

واشتهرت الواشنطن بوست بتحقيقاتها المعمقة، أو ماسمي بالتحقيق البحثي investigative reporting ، واشتهر كل من بوب وودورد Bob Woodward وكارل بيرنستاين Carl Bernstein الذين فجرا فضيحة ووتر جيت water-gate - تصنت الحزب الجمهوري على مقر الحزب الديمقراطي - والتي اطاحت بالرئيس الأمريكي نيكسون عام 1973م. وعلى الرغم من هذا النجاح وغيره من النجاحات فهناك سقطات للصحيفة، حيث نشرت الصحيفة سلسلة من التقارير بعنوان "عالم جيمي" Jimmy's World وصفت فيه

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/wahsington_post

المحررة جانيت كووك Janet Cooke أوضاع إدمان طفل عمره ثمان سنوات على الهيروين. وفازت كووك بجائزة بوليتزر، ولكن فيما بعد اتضح أن هذه القصة كانت ملفقة، وليس لها أساس من الصحة، مما اضطر الصحيفة إلى الاعتذار للقراء، وإعادة الجائزة[1]. تعتبر البوست من الصحف الجادة في الصحافة الأمريكية، حيث حصلت حتى عام 2006م على 22 جائزة بوليتزر، وهي أعلى مرتب الجوائز الصحافية في العالم، اضافة إلى جوائز أخرى من مؤسسات إعلامية.

وتميزت البوست بكثافة وعمق تقاريرها عن العاصمة الأمريكية، وخاصة عن البيت الأبيض، وعن الكونجرس، ومختلف الإدارات الحكومية في واشنطن. وتعتبر صحيفة واشنطن تايمز Washington Times المنافس الحالي لهذه الصحيفة في العاصمة واشنطن، رغم أن توزيعها لا يتعدى سبع مجمل توزيع صحيفة البوست[2].

صحيفة وول ستريت جورنال:

تعد وول ستريت جورنال Wall Street Journal أشهر صحيفة اقتصادية في العالم، وتمتلكها شركة داو جونز المالية في نيويورك، ولها طبعتان أوروبية وآسيوية، وتوزع يوميا حوالي المليونين نسخة ورقية، اضافة إلى وجود اشتراك في نسختها الألكترونية تصل إلى حوالي المليون. وقد بدأت قصة الصحيفة بقصة تأسيس شركة داو جونز، حيث اتفق ثلاثة صحافيون هم تشارلز دو Charles Dow

---

(1) Ibid

(2) Ibid

وإدورد جونز Edward Jones تشارلز بيرجسترسر Bergstresser على تأسيس شركة داو جونز عام 1882م. وبعد فترة قصيرة أسس داو صحيفة وول ستريت جورنال عام 1889م، كما استحدث بعض المؤشرات الإقتصادية التي تعكس حالة السوق. وعندما اشتراها كلارنس بارون Barron عام 1907م كان توزيعها 7000 نسخة، ولكنه رفعها إلى أكثر من 50000 نسخة في نهاية العشرينيات الميلادية. وحاليا تتحكم في الصحيفة والشركة عائلة بانكروفت Bancroft . كما أن روبرت موردوخ قد حاول شراء شركة داو جونز في مايو 2007م، الا أن إدارة الشركة رفضت عرضه، نظرا لأن الصحيفة تعتمد اخبارها وتقاريرها بموضوعية وتناول محايد، وهذا لن يتوفر للشركة والصحيفة اذا تحولت إلى النظام الصحافي الذي يعتمده موردوخ.[1]

بدأت وول ستريت جورنال نسختها الإلكترونية عام 1996م، وهي تتصدر أعداد الاشتراكات المدفوعة من بين أشهر صحف العالم. كما أن الصحيفة بدات اصدار عدد اسبوعي كل يوم سبت عام 2005م بعد توقف دام خمسين عاما، وكان ذلك بهدف استقطاب مزيد من المعلنين في هذا العدد الأسبوعي. كما أن الصحيفة أدخلت الإعلان لأول مرة على صفحتها الأولى عام 2006م، بعد إدخاله على طبعتيها الأوروبية والآسيوية قبل بعام واحد. ومن أهم ما يميز هذه الصحيفة عدم نشرها للصور الشخصية منذ تأسيسها، الا أنها في عام 1979م استحدثت نظام رسم للشخصيات السياسية والعامة على شكل رسم

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/wall_street_journal

خطـي يـبين وجـوه هـذه الشخصـيات، وهـو الـذي أسمتـه هـدكوتس Hedcuts ، ومن الملاحظ أن الصور الحدثية الملونة بدأت تنتشـر علـى صـفحات وول سـتريت جورنـال في السـنوات الأخيرة وخاصـة في صـفحات "أنمـاط الحيـاة". وعلـى مسـتوى مقـاس الصـحيفة، فقـد صـغرت مـن مقاسها المعتاد برودشيت إلى مقـاس اصغر، بحـذف عمـود كامـل، وقـد ذكرت الصحيفة أن هذا التصغير أتي بهدف تخفيض تكلفـة الطباعـة، حيث سيوفر عليها أكثر من 18 مليون دولار سنويا[1].

وتتمتـع الصـحيفة بسياسـة تحريريـة تميـل إلى المحافظـة، والى مبـادئ السـوق المفتوحـة، وعنـد الحـديث عـن سياسـات الحكومـة تجـاه المهاجرين، أعلنت الصحيفة في افتتاحياته أنه ترى وجهة نظرها في خمس كلمات "يجب أن تكون حدودنا مفتوحة"، وهـذا يعكـس جـرأة الطـرح الصـحافي لهـذه الصـحيفة. وتعكـس الصـحيفة دائمـا ثقتهـا في الفكـر الفـردي، والسـوق الحـرة مـن الأفكـار، دون المحاولـة للـذهاب إلى حلـول توفيقيـة وسـطية كمـا تنـزع إلى ذلـك بعـض الصـحف أو بعـض الساسـة. وتتميز الصحيفة بوجود قسمين منفصلين تماما عن بعضهما البعض، هـم قسم الأخبار، وقسم الراي. والفصل يأتي بهدف عدم تأثير أي منهما على الآخـر. وأحـد الأمثلـة يوضـح أهميـة هـذا الفصـل، حيـث تتبنـى التقـارير الإخباريـة وجهـة نظـر مفادهـا أن الإنسـان هـو مسـبب رئـيس للـتغيرات المناخية، عاكسة بذلك دراسات واستشرافات مستقبلية، بينما صفحات الرأي والافتتاحيات لا تؤمن بذلك[2].

---

[1] Ibid

[2] Ibid

وتذكر الصحيفة أن وكالة داو جونز الإخبارية هي أول وكالة نقلت خبر اصطدام طائرة بمبني التجارة العالمي في تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر، وبسببها نالت جائزة بولتزر. كما أن مبناها كان مواجها لإحدى مبني مركز التجارة العالمي، وانهارت في دقائق، وكان المحررون يخشون أن عدد اليوم التالي سيغيب في سابقة لم تحدث في مائة عام، ولكن خطة الطوارئ نجحت في صدور عدد اليوم التالي[1].

وتصدر عن شركة داو جونز بالإضافة إلى المطبوعة الأساسية لوول ستريت جورنال، وطبعتيها الدوليتين في اوروبا وآسيا، توجد مجلة اقتصادية بارون ماجازين Barron's Magazine وهي أسبوعية تراجع حالة الاقتصاد والأسواق العالمية. ما تمتلك الشركة مجلة للمستهلكين Smart Money ومجلة شهرية Far Eastern Economic Revew[2].

صحيفة لوس أنجلس تايمز:

صدرت صحيفة لوس أنجليس تايمز Los Angeles Times عام 1881م في مدينة لوس أنجلس بولاية كاليفورنيا، وكان مسماها الأول لوس أنجلس ديلي تايمز، ولكن سرعان ما أفلست الصحيفة، ثم أتت اليها إدارة جديدة من شركة ميرور وعينت أحد العسكريين القدامي جري أوتس Otis رئيسا للتحرير، واستطاع إنجاح الصحيفة. وبعد وفاته عام 1917م استلم منه زوج ابنته هاري تشاندلر Chandler كناشر لهذه الصحيفة، ثم خلفه إبنه نورمان عام 1944م. وتملك الصحيفة

---

(1) Ibid

(2) http://en.wikipedis.org/wiki/tabloid

شـركة تـايمز- ميرور، الا أنهـا شـريت مـن قبـل شـيكاغو تريبـون عـام 2000م، منهيـة عصـر الملكيـة الفرديـة لأسـرة تشـاندلر. وخـلال فـترة تغييرات المناصب تقلد دين باكويت Baquet أول أمريكي اسود رئاسـة تحريـر التـايمز، ولكنـه لم يصـمد أمـام متطلبـات شـركة تريبـون، وتم استبداله حيمس أوشـي O'shea الـذي كـان رئيسـا لتحريـر صـحيفة شيكاغو تريبون. وقد سجلت لوس أنجلس تايمز أكبر تراجع في أرقـام التوزيع مـن بـين الصـحف الكـبرى في الولايـات المتحـدة الأمريكيـة عـام 2006م. وفي عام 2007م قبلت شركة تريبون عرض مقدم من سام زيل Zell لشراء لوس انجلس تايمز[1].

وهـي ثـاني أكـبر صـحيفة اقليميـة بعـد نيويـورك تـايمز، رغـم صـورها الـوطني المهـم في مـن بـين الصـحف الوطنيـة الأمريكيـة. وقـد تعرضـت مصـداقية الصـحيفة لنكسـة عـام 1999م عنـدما كشـفت التحقيقات عن عمولات بين تحرير الصحيفة وبين إحدى الشـركات في إصـدار مجلـة بمناسـبة افتتـاح أحـد المراكـز الرياضـية في لـوس أنجلـس. وهـذا الإجـراء مرفـوض في عـرف الصـحافة الأمريكيـة تمامـا، حيـث الانفصـال بـين التحريـر والإعـلان مبـدأ أساسـي يحفـظ مهنيـة الصـحيفة. وعلى الرغم من تلك الجدليات، فقد استطاعت التايمز أن تحصل على 37 جـائزة بـولتيزر حتـى عـام 2004م، وفي عـام واحـد فقـط (2004م) حصدت خمس جوائز مختلفة من بوليتزر.

---

http://en.wikipedia.org/wiki/the_los_angele_times[1]

الصحافة البريطانية:

صحيفة التايمز:

تعد صحيفة التايمز Times الصحيفة الأولى في بريطانيا، والتي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث منذ تأسيسها عام 1788م. وقد كان لهذه الصحيفة دور بارز في التأثير على السياسية البريطانية، وخاصة السياسية الخارجية، والتأثير على الرأي العام البريطاني خلال هذه العقود الطويلة منذ تأسيسها. ويصدر مع هذه الصحيفة العدد الأسبوعي الشهير صندي تايمز Sunday Times وكلاهما يعود لشركة تايمز الصحافية، التي امتلكتها شركة نيوز كوربوريشن News Corporation التي تعود إلى الملياردير روبرت موردوخ، وعلى مر التاريخ كانت التايمز تتبنى وتؤيد السياسة البريطانية المحافظة وخاصة حزب المحافظين- يمين الوسط - الا أنه بعد دخول موردوخ ودخوله مرحلة التأثير على سياسة الصحيفة، تحولت هذه الصحيفة إلى تأييد حزب العمل في الانتخابات الأخيرة(1).

يعود الفضل في إصدار هذه الصحيفة إلى جون والتر Walter الذي أسسها في اول تحت مسمى ديلي يونيفرسال ريجستر Daily Universal Register وذلك عام 1785م، ولكن لم تنجح الصحيفة، ولهذا غير من اسمها إلى الأسم الحالي تايمز The Times عام 1788م. وبنت سمعتها من الأخبار التي كانت تنشرها عن القارة الأوروبية، وخاصة عن فرنسا بشكل خاص، كما أن التايمز قد استثمرت شخصيات وكتاب في السياسة العلوم والتراث والفن، وكانت تدفع لهم التايمز مبالغ كبيرة لا تستطيع صحف منافسة أن تقدمها لهم،

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_times

مما خلق لها التميز الذي كانت تنشده. وكانت التايمز أو صحيفة أرسلت موفدا إلى الخارج، وهي أول صحيفة ابتدعت فكرة المراسل الحربي في بعض النزاعات والحروب الخارجية. وفي منتصف القرن التاسع عشر بدأت التايمز تواجه منافسة شديدة من "صحف البني" penny press وخاصة الديلي تيلجراف ومورننج بوست، ولكنها تجاوزت هذه الفترة الحرجة والصعوبات المادية، بعد أن ارتبطت بطرق تسويقية جديدة مشتقة من مفاهيم تسويق أمريكية، وخاصة عندما اشتركت التايمز في تسويق الموسوعة البريطانية. وتعاقب خلال العقود الأولى من القرن العشرين أكثر من مالك لهذه الصحيفة، فمن عائلة اللورد نورثكليف، إلى عائلة أستور، إلى مستثمر كندي روي ثمبسون. وقد توقفت التايمز لحوالي عام تقريبا – من 1 ديسمبر 1978 إلى 12 نوفمبر 1979 – بسبب خلال بين العاملين والمالكين في هذه الصحيفة. ونتيجة لأوضاع الصحيفة ومقاومة العاملين فيها للتقنيات الجديدة لم تتمكن إدارة ثومبسون من الاستمرار في ملكية الصحيفة وتلبية الاحتياجات الجديدة لها، اوهذا ما دعى إلى بيعها الىي إلى الملياردير الأسترالي روبرت موردوخ Murdock عام 1981م [1] .

وكان أول قرار اتخذه موردوخ هو استبدال رئيس التحرير ريس- موج برئيس تحرير جديد هو هارولد ايفانز Harold Evans ، كما أدخل تقنيات الطباعة الجديدة في الصحيفة، والتي كان اتحاد العمال معترضا عليها فيما مضى، وقام باستبدال مطابع اللينوتايب التي كانت تطبع الصحيفة منذ القرن التاسع عشرىتجهيزات حاسوبية حديثة

---

[1] Ibid

ومطابع ذات تقنية عالية. كما أن انتقال الصحيفة من مبناها القديم بقرب فليت ستريت إلى مبناها الجديد من وابنج Wapping ، ساعد على تطوير آليات التحرير الداخلية للصحيفة، كما تخلت الصحيفة عن استخدام ألقاب المجاملات – وفق استايل بووك style book- مثل السيد والسيدة والآنسة. ومن أهم التغيرات التي حدثت لصحيفة التايمز هو تصغي مقاس الصحيفة إلى مقاسات أصغر، وبدأت في نوفمبر 2003م بطباعة متشركة بين المقاس العادي برودشيت والمقاس الجديد الأضغر، إلى أن اتجخت بشكل نهائي في 13 سبتمبر عام 2004م إلى شكل تابلويد أو ما تطلق عليه الصحيفة كومباكت - صحيفة مصغرة – وهذا بداية جقبة جديدة في تاريخ الصحيفة، مع ما صاحبه من تغيرات في التبويب التحريري، لمواكبة العادات القرائية وخاصة بين الشباب. كما رفعت الصحيفة قيمة بيعها إلى 60 فلس، بعد أن كانت قد قامت بتخفيضها عام 1993م إلى 30 فلس في حرب لكسب القارئ بين الصحف البريطانية[1] أما على مستوى التوزيع، فقد بلغت عام 2005م حوالي 692 الف نسخة يوميا[2].

صحيفة الجارديان:

كانت التسمة الأولى لهذه الصحيفة مانشستر جارديان حيث صدرت من مدينة مانشستر البريطانية، وذلك عند تأسيسها عام 1821م، ولكن بعد عام 1959م، تخلت الصحيفة عن اسم مانشستر وأصبح اسمها فقط الجارديان Guardian ، وتطبع في كل من لندن

---

(1) Ibid

(2) Ibid

ومانشستر في شكل مقاس وسطي بيرلاينر أو كومباكت عام 2005م. وقد انتقل المركز الرئيسي لها إلى لندن عام 1964م.

ومن أشهر رؤساء تحريرها سكوت Scott الذي استمر في رئاستها للتحرير لسبعة وخمسين عاما حتى عام 1907م، حيث انتهج مواقف متشدد من بعض القضايا السياسية والاجتماعية في بريطانيا. وكانت للعلاقة الوثيقة بينه وبين وايزمان أثر ودور في إعلان وعد بلفور Balfour في كون فلسطين موطن شرعي لليهود، وفي عام 1948م كانت الجارديان من أكثر الصحف تأييدا لتأسيس دولة اسرائيل. وقد كشف دفنا بارام في كتاب "التحرر من الوهم: الجارديان واسرائيل" عام 2003م علاقة الصحيفة بالقوى الصهيونية المؤيدة لإسرائيل. ولاشك أن الجارديان تعد من الصحف التي تدخل في جدليات كثيرة، ولهذا فلديها الكثير من القضايا في محاكم النشر البريطانية. فقد نشرت الصحيفة عام 1983م تقارير سرية عن مواقع صواريخ كروز في بريطانيا، مما أضطر الصحيفة إلى تسليم المحكمة هذه التقارير، وسجن الشخص الذي قام بتبليغ الصحيفة عن ذلك. كما نشرت الصحيفة عام 1995م تقارير عن أحد الوزراء في الحكومة البريطانية إيتكن Aitken وعن ضلوعه في أخذ رشاوي عبارة عن اقامات مجانية له ولعائلته في فندق رتز بباريس من الأميرمحمد بن فهد، ولكن المحكمة حكمت بأنعدام الأدلة في هذا الاتهام. وهناك كثير من القضايا التي واجهت الصحيفة، اضطرتها إلى التراجع عنها بعد انعدام

الأدلـة والـبراهين، أو لإنعـدام أخلاقيـات العمـل المهـني في مثـل تلـك القضايا[1].

وعلـى الـرغم مـن ذلـك، حظيـت الصـحيفة بجـوائز عديـدة علـى تميزهـا التحريـري، أو علـى الشـكل الفـني لهـا، أو لتميـز نسـختها الإلكترونية، سواء من مؤسسات أو جمعيات بريطانية أو أمريكية. وقد اشـترت مجموعـة الجارديـان صـحيفة الأبزيرفـر Observer الأسـبوعية عام 1993م. وتميل صحيفة الجارديـان إلى الوسـط الليبرالـي وبقـرب مـن المواقف اليسـارية في الحياة السياسية البريطانية[2].

صحيفة الديلي تيليجراف:

تأسسـت الـديلي تيليجـراف عـام 1855م بواسـطة الكولونيـل البريطـاني أرثـر سيليج Sleigh ولكنـه سـرعان مـا باعهـا إلى صـاحب المطبعة التي كانت تطبع فيها هـذه الصـحيفة جوزيف ليفـي Levy الـذي أحال مسئولية التحرير فيها إلى أبنائه. ثم خفض سعر بيـع الصـحيفة إلى مقـدار penny واحـد، وحقـق لهـا هـذا الإجـراء نجاحـا كـبير، حيـث مكنها من تجاوز صـحيفة التـايمز في مبيعاتهـا[3]. وقـد سـاهمت مقابلـة نشـرتها الـديلي تيليجـراف عـام 1908م لإحـدى الشخصـيات الألمانيـة في خلق توتر في العلاقات البريطانية الألمانية، أدت إلى تصعيد سياسـي سـاهم في خلـق أجـواء الحـرب العالميـة الأولى[4] ثـم بيعـت الصـحيفة إلى عائلـة بورنـام وعائلـة كـامروس واسـتمرت معهـم إلى أن بيعـت عـام 1986م إلى

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_guardian

(2) Ibid

(3) www.en.wikipedia.org/wiki/daily_telegraph

(4) www.lib.byu.edu

رجل الأعمال الكندي كونراد بلاك Black ثم امتلكها الأخوان باركلي Barclay وهما المالكان الحاليان لهذه الصحيفة. وتعد صحيفة الديلي تيليجراف بيتا لحزب المحافظين، رغم أن أحد ملاكها ديفيد باركلي ذكر في تصريحات إعلامية بأنه ينبغي الا تكون كذلك ثم تراجع عن هذه الفكرة فيما بعد. وفي انتخابات عام 2005م أيدت الصحيفة الحزب المحافظ في هذه الانتخابات. وتعد هذه الصحيفة الوحيدة التي لا تزال بنظام البرودشيت وهو المقاس الاعتيادي للصحف الجادة البريطانية. وقد أضيفت صحيفة الصندي تيليجراف عام 1961م كشقيقة أخرى لهذه الصحيفة(1). وكان موقع الصحيفة على الإنترنت هو الأول بين الصحف البريطانية، وكان ذلك في نوفمبر 1994م، ويعد هذا الموقع من أفضل المواقع الإلكترونية للصحف البريطانية، حيث نال الكثير من الجوائز في هذا الخصوص(2). ومن الأخطاء الطريفة التي وقعت فيها الصحيفة أنها نشرت بتاريخ 24 أغسطس 1988م تاريخا خطأ لإصدارها في ذلك اليوم حيث كتبته 25 إغسطس 1988م.

صحيفة الصن:

تعد صحيفة الصن The Sun التي تصدر من لندن أكثر صحيفة باللغة الإنجليزية توزيعا في العام، حيث توزع حوالي ثلاثة ونصف المليون نسخة يوميا، بينما حجم القراءة لها تصل لحوالي ثمانية ملايين شخص في المملكة المتحدة. ويمكن تقسيم تاريخ صحيفة الصن

---

(1) www.en.wikipedia.org/wiki/daily_telegraph

(2) Ibid.

إلى فترتين، أولاهما قبل امتلاك موردوخ، والثانية بعد امتلاكه لهذه الصحيفة. وقد أطلقت الصحيفة عام 1964م من مجموعة ميرور كبديل لصحيفة يومية كانت قائمة اسمها ديلي هيرالد Daily Herald ، وكانت موجهة للطبقة العاملة، ولكن نظرا لأن هذه الشريحة قد شاخت عمريا ولم تعد جاذبة للمعلن، فقد فقدت الاهتمام بالمعلن، كما أن الملاك لم يكن يريدوا أن تتنافس صحيفتان(الهيرالد والميرور) لنفس المجموعة على نفس الجمهور. وبعد تعثر للصن في سنواتها الأولى، تم بيعها إلى شركة نيوز انترناشونال التابعة لمجموعة نيوز كوربوريشن التي يملكه روبرت موردوخ وذلك عام 1969م[1].

بعد شرائه للصن، واضافته لها إلى جانب صحيفة نيوز أف ذا وورلد News of the World الأسبوعية التي تصدر كل يوم أحد، حولها مباشرة إلى صحيفة تابلويد، وابتدع الصفحة الثالثة التي اشتهرت بها الصن، وهي عبارة عن صورة لفتاة عارية، ولا زالت مستمرة منذ عام 1970م. ودخلت الصن المعترك السياسي للإنتخابات السياسية في بريطانيا، فقد بدأت قريبة من حزب العمال، ثم تحولت في عهد ثاتشر وميجور لمساندة حزب المحافظين. ومن أطرف مواقفها السياسية، في الانتخابات التي كان نيل كونيك رئيس حزب العمال عام 1992م، علقت أنه في حال فوزه في هذه الانتخابات، "فإن آخر شخص يبقى في بريطانيا يجب ان يطفئ الأنوار"، ثم بعد يومين إدعت الصن أنها هي التي أكسبت المحافظين الفوز في الانتخابات. ثم عادت الصن في دعم حزب

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_sun

العمال في عهد توني بلير [1]. وتعتبر الصن من أشهر صحف التابلويد في العالم، حتى أن البعض قد أطلق عليها "ملكة التابلويد".

الصحافة الفرنسية:

صحيفة ليموند:

صحية ليموند Le Monde - وتعني "العالم" - هي من أشهر الصحف الفرنسية وتعد من الصحف التي يعتمد عليها في توثيق الأحداث في فرنسا the newspaper of the record، وهي صحيفة مسائية، والصحيفة الوحيدة التي توزع خارج نطاق الدول الفرانكفونية. وقد أسس الصحيفة هيوبتر بيوف- ميري Hubert Beuve-Mery بطلب من الجنرال تشارلس ديجول بعد طرد الألمان من فرنسا عقب الحرب العالمية الثانية، وقد صدر عددها الأول في 19 ديسمبر 1944م [2]

تعد ليموند من صحف وسط اليسار، أو ما يمكن أن يطلق عليه صحف معتدلة في مواقفها في الحياة السياسية الفرنسية. وبينما كانت مؤيدة لسياسات الرئيس الفرنسي ميتران، فقد كانت كثيرة الانتقاد لسياسات جاك شيراك ومعه الرئيس الحالي ساركوزي. ومن أهم ما تتميز به الصحيفة هو تركيزها الأكبر على الآراء والتحليلات السياسية التي تتميز بها، ولكن هذا لا يأتي على حساب اهتمامها بتسجيل الأحداث، فهي تشكل مصدرا توثيقيا للأحداث الفرنسية على وجه الخصوص. وقد صدر عام 2003م كتابا جدليا بعنوان "الوجه المخفي لليموند" The Hidden Face of Le Monde انتقد فيها

---

(1) Ibid

(2) http://en.wikipedia.rg/wiki/le_monde

قيادات الصحيفة بانهم غير فرنسيين في حرصهم على المصالح الفرنسية العليا، ويضعون أنفسهم في دوائر ضيقة تفقدهم الاستقلال السياسي، وتزج بهم في تبعية حزبية، وقد اعترضت الصحيفة على ما كتب عنها في هذا الكتاب - الذي ألفه كل من بير بيان وفيلب كوهن - وتم الاتفاق على عدم طباعة أي طبعات أخرى لهذا الكتاب في تسويه بين الطرفين[1].

وتتميز الصحيفة بهيكلية إدارية تضع العاملين فيها ليس فقط كموظفين، بل مساهمين فيها، ويشاركون في انتخابات الإدارات والقيادات العليا في المؤسسة. وقد أصاب ليموند ما أصاب باقي الصحف في العالم، من تناقص في توزيع الصحيفة، حيث انخفضت من حوالي 406 آلاف نسخة في عام 2001م إلى حوالي 364 ألف نسخة عام 2004- 2005م. ويجب التفريق بني ليموند الصحيفة اليومية وبين ليموند دبلوماتيك Le Monde Diplomatique التي هي عبارة عن إصدرا شهري تمتلك صحيفة ليموند منه 51٪ من أسهم هذا الإصدار[2].

صحيفة ليفيجارو:

صدرت ليفيجارو Le Figaro اسبوعية من بداية تأسيسها عام 1826م، ولم تكن منتظمة حتى عام 1954م عندما امتلكها ديفيليميسان الذي حولها إلى صحيفة مهمة وذات توزيع كبير من بين الصحف الفرنسية. وقد دخلت ليفيجارو معترك الحياة السياسية عندما

---

(1) Ibid

(2) Ibid

إغتالت زوجة أحد رؤساء الوزرار كايلوكس رئيس تحرير الصحيفة كالمت عام 1914م عندما نشر رسالة تتهم زوجها بالفساد. واستمر تقدم الصحيفة بين الصحف المنافسة، إلى أن وصلت إلى الصحيفة الأولى في فرنسا مع بداية الحرب العالمية الثانية، وأصبحت الصحيفة صوت الطبقة الوسطي في المجتمع الفرنسي، وخاصة الشرائح العليا من هذه الطبقة، وأصبحت صوتا محافظا في الحياة السياسية[1].

ويمتلك رجل الأعمال المعروف سيرج داسول Dassault نسبة كبرة ومؤثرة من أسهم ملكية هذه الصحيفة، وهو سياسي محافظ ومرتبط بشركات لصناعة الأسلحة في فرنسا. وهذا أثار الكثير من اللغط حول الإستقلال التحريري للصحيفة، لإنتمائته – ولإنتماءات إبنه – لأحد الأحزاب السياسية في فرنسا UMP ، مما جعله في فترة سابقة يقول بأن الصحيفة يجب أن تطرح الأفكار الصحيفة، وأن الفكر اليساري لايرتقي لدرجة من الصحية التي تؤهله أن يجد مكانا في مثل هذه الصحيفة[2].

صحيفة ليبراسيون:

أصدر الفيلسوف والمفكر الوجودي جين- بول سارتر Sartre وآخرون من مفكري اليسار صحيفة ليبراسيون Liberation عام 1973م والتي تعني الحرية أو التحرير ومركزها العاصمة الفرنسية باريس. ونفس الإسم كان إسم صحيفة مقاومة فرنسية للاحتلال

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/le-figaro

(2) Ibid

الألماني أثناء الحرب العالمية الثانية في شمال فرنسا، وفي جنوبها، حيث صدرت عام 1941م، ولكن الشكل المستمر من هذه الصحيفة هو الذي أصدره سارتر عام 1973م، وكان رئيسا لتحريرها حتى عام 24 مايو 1974م.

وجاء هذا الإصدار نتيجة تداعيات مظاهرات الاحتجاج التي اجتاحت فرنسا وكثير من عواصم ومدن العالم الغربي في نهاية الستينيات الميلادية. ويتمركز الخط السياسي للصحيفة في يسار الوسط. ومنذ بدايتها مع الخط اليساري في الثقافة والحياة السياسيه الفرنسية، الا أنها تعرضت لمطبات كثيرة خلال الثمانينيات والتسعينيات، إلى درجة أنها خرجت تقريبا من محور اليسار السياسي بحكم تبنيها لبعص القضايا التي أغضبت قرائها من أصحاب هذا التوجه. وقد وصل توزيعها عام 2007م إلى حوالي 140000 نسخة، بتراجع منتظم خلال السنوات الماضية، حيث كان توزيعها عام 1999م حوالي 170000 نسخة يوميا[1].

ومن الملفت للنظر أن الفلسفه الـ[illegible]ـارية قد أثرت على بناء هياكلها الإدارية، حي لم يكن يوجد – على الأقل في السنوات الأولى – أي نظام هرمي في السلطة الإدارية يعكس تفاوت في السلم المالي لموظفي الصحيفة، وقد تحدد راتب واحد يتقاضاه رئيس التحرير ونفس الراتب بدون زيادة أو نقصان يتقاضاه العامل "الفراش" الذي ينظف أو يحـ[illegible] الشاي [illegible] [illegible]ـرة. ولكن لم يدم ذلك كثيرا، حيث دخل مستثمرون جدد في الشراكة لرأس مال الصحيفة، كما دخل الإعلان – الذي

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/lib%c3%a9rations

كان محرما عليها – ضمن إيرادات الصحيفة في الثمانينيات الميلادية، مما اضطر الصحيفة أن تعود إلى النظام المالي الاعتيادي الذي يفرق بين وظائف الصحيفة حسب الهيكل الإداري لها[1] .

وقد توقفت الصحيفة لفترة قصيرة حوالي ثلاثة أشهر خلال عام 1981م، ولكنها عادت تحت إدارة يرج جولاي July أحد مؤسسيها، الذي اختط لها خطوطا سياسية واضحة، حيث بنت سياستها التحريرية على مقاومة العنصرية، ودعم حقوق العمال وحقوق المرأة. ولا ترتبط ليبارسيون بأي حزب سياسي في فرنسا، ولكن تعكس على صفحات الرأي فيها مختلف وجهات النظر السياسية، ولهذا يراه البعض كصحيفة بديلة للصحف الفرنسية القائمة. وتعرضت الصحيفة خلال عامي 2006- 2007م إلى هزات عنيفة، اضطر فيها جولاي أن يستقيل تحت ضغط روتشيلد Rothschild أحد رجال الأعمال الذي امتلك 37٪ من رأسمالها، وقدم آخرون استقالاتهم احتجاجا على تدخلاته في التحرير. وانتقل الجدل بينه وبين جولاي وغيره إلى صفحات صحف أخرى، كانت أبرزها ليموند، التي استاثرت بكثير من الغسيل والفضائح عن هذه الصحيفة[2]

---

(1) Ibid.

(2) Ibid.

الصحافة الألمانية:

صحيفة بيلد:

تعد صحيفة بيلد Bild من أشهر الصحف الألمانية، ومن أكثرها انتشارا، بل هي أكثر الصحف الأوروبية انتشارا، وتعد أعلى صحف العالم انتشارا من خارج الصحف اليابانية، حيث ياتي ترتيبها السادسة عالميا حيث راوح توزيعها في السنوات الماضية حوالي الأربعة ملايين نسخة. وقد بلغت الذروة في التوزيع خلال الثمانينيات الميلادية بوصولها إلى الخمسة ملايين نسخة يوميا. ومنذ ذلك التاريخ بدأت – مثل غيرها من صحف العالم – تشهد تناقصا في التوزيع، وتشير أرقام 2006م الى 3.8 مليون نسخة[1].

وقد تأسست صحيفة بيلد عام 1952م على يد الناشر الألماني الشهير أكسل سبرنجر Axel Springer ويقع مركزها الرئيسي في مدينة هامبورج، وتعد صحيفة وطنية توزع في مختلف المدن الألمانية في 32 طبعة إقليمية، اضافة إلى أن لها طبعات خارجية في اسطنبول بتركيا، وفي جزر الكناري التي تعد من أهم مناطق السياحة للألمان[2].

وعندما صدرت هذه الصحيفة جاءت مقلدة لصحيفة الديلي ميرور البريطانية Daily Mirror وهي صحيفة على نظام البرودشيت (المقاس الكامل)، ولكنه تعد صحيفة تابلويد في المضمون، لأنها صحيفة إثارة من الدرجة الأولى، وهي حاليا تشبه صحيفة الصن البريطانية The Sun في مضمونها. وعلى سبيل المثال، تنتهج هذه الصحيفة الألمانية نهج صحيفة الصن في نشها لفتيات عاريات، وبينما

---

[1] www.bild.de. (the newpaper website)

[2] Ibid

تنشر الصن صورة لفتاة عارية على الصفحة الثالثة، ولهذا سمي هولاء الفتيات "فتيات الصفحة الثالثة" Third –Page Girls ، لكن صحيفة بيلد تنشر هذه الصورة العارية على الصفحة الأولى، ولكنها في النصف الأسفل من الصفحة، حيث يمكن أن لا تظهر عندما توضع على ساتاندات التوزيع. وأضافة إلى لغة الإغراء المتمثلة في الجنس والمرأة تهتم الصحيفة بالجريمة والعنف، والإثارة السياسية، وحتى اختلاقات الأخبار المفبركة، بهدف زيادة مقروئيتها بين الناس[1].

وعلى الصعيد السياسي تشارك صحيفة بلد في الحياة العامة بكل قوة حيث كانت الصحيفة تطلق على ألمانيا الشرقية بأنها أراضي محتلة من الإتحاد السوفيتي سابقا. كما أن هذه الصحيفة لها تأثيرها الكبير على الرأي العام، حيث ساهمت على تأجيجه خلال أحداث المظاهرات التي اجتاحت أوروبا في نهاية الستينيات الميلادية من القرن العشرين. كما أن صحيفة بلد قد نشت عنوانا رئيسا بعد اختيار بابا الفاتيكان الألماني بنديكت، تحت عنوان "نحن البابا" we are the pope[2]. وعلى الرغم من اتجاهها العام وميلها نحو الفكر السياسي المحافظ، الإ أنه في السنوات الأخيرة أخذت نهج الوسط من بين السياسات الألمانية.

[1] http://en.wikipedis.org/wiki/bild-zeitung

[2] Ibid.

الصحافة اليابانية:

صحيفة يوميوري:

صحيفة يوميوري شمبون Yomiuri هي الصحيفة الأولى في العالم من حيث أرقام التوزيع، وهي صحيفة يابانية توزع أكثر من أربعة عشر مليون نسخة يوميا من مراكزها في طوكيو، أوساكا، فوكوياما ومن مدن أخرى في الجزر اليابانية. وقد تأسست هذه الصحيفة عام 1874م، من مؤسسة صحافية تسمى نسشوشا، وكانت صحيفة صغيرة ليست ذات قيمة في حينها. ولكن بعد أن إعتلى كرسي إدارتها ماتسوتارو عام 1924م – بعد أن دمرها الزلزال الكبير عام 1923م - حولها إلى صحيفة إثارة، وطرح من خلالها أربع صفحات عن برامج الإذاعة. كما ارتبطت هذه الصحيفة بتأسيس أول فريق بيسبول في اليابان، وحمل إسم هذه الصحيفة [1]. وقد تطور العمل المطبوع ليوميوري إلى الإذاعة عام 1951م ثم إلى التلفزيون عام 1953م، وتمتلك حاليا شبكة تلفزيون اليابان، والذي تمتد إلى أكثر من ثلاثين محطة تلفزيونية، بما فيها محطة تلفزيون اخبارية على مدار الأربع والعشرين ساعة. وفي العام 1955م أطلقت الصحيفة طبعتها باللغة الإنجليزية، والتي تتوجه إلى الأجانب الذين يعيشون في اليابان، وتقدر نسبتهم من مجمل قرائها 72٪ [2].

---

(1) http://www.docoja.com/cgi-bin/keywordj?polg+newspaper+dico/polgifg

(2) http://www.ketupa.net/yomiuri.htm#introduction

وعلى مستوى الصحيفة، فيوجد 300 مكتبا لها داخل اليابان، اضافة إلى حوالي 30 مكتبا ومراسلا في الخارج، وقد ارتبطت بشراكات مع صحف عالمية، من بينها صحيفة التايمز اللندنية، حيث توزع يوميوري ملحقا بإسم التايمز من الأخبار والتعليقات والمقالات، يعكس الرؤية الأوروبية. ويزيد عدد الكادر التحريري عن أربعة آلاف محرر، وهذا يعادل اربعة اضعاف الكادر التحريري للنيويورك تايمز وتشير آخر الإحصائيات عن توزيع صحيفة يوميوري أن الطبعات الصباحية تبلغ حوالي عشرة ملايين نسخة، بينما الطبعات المسائية تصل إلى حوالي الأربعة ملايين نسخ. وتقدر الصحيفة أن نسبة مقروئة الصحيفة تزيد على 26 مليون قارئ، بحكم أن التوزيع المنزلي لإشتراكات الصحيفة يفرض قراءة مشتركة لأكثر من شخص واحد(1).

صحيفة أساهي:

تعد صحيفة أساهي Asahi ثاني أكبر صحيفة في اليابان وفي العالم من حيث أرقام التوزيع اليوميةن حيث توزع أكثر من 12 مليون نسخة من طبعاتها الصباحية والمسائية. وقد تأسست هذه الصحيفة من إحدى المدن الكبرى في اليابان – أوساكا – عام 1879م، على شكل أربع صفحات وبتوزيع وصل إلى 3000 نسخة. وبعد حوالي تسع سنوات صدرت صحيفة طوكيو أساهي شمبون من العاصمة اليابانية. وفي عام 1908م اندمجت كلا الصحيفتين من طوكيو وأوساكا في شركة واحدة.

---

(1) http://adv.yomiuri.co.jp/m-data/english/02yomiuri_a.html

تتميز صحيفة اساهي بارشيفها الواسع، الذي اشتمل على أعدادها القديمة، ويوجد هذا الأرشيف على شكل ثلا مخرجات: CD ، مايكروفيلم، ومطبوعات ورقية مضغوطة لهذه الأعداد. كما يشتمل ارشيفها الموجود في بعض المكتبات العالمية على مؤشرات بالعناوين الرئيسة والفرعية لكل ما نشر فيها منذ عام 1945م إلى عام 1999م. كما توجد الأعداد من عام 1984م في قاعدة بيانات لكزيس نيكسس الأمريكية ذات البحث الأكاديمي.

الخاتمة:

وضعت هذه الدراسة أحدث المستجدات الصحافية على المستوى التحريري والفني والطباعي في هذه الدراسة، بهدف الإطلاع على التطورات التي حدثت خلال السنوات الماضية. ولا شك أن التعريف بهذه المستجدات، سيعطي القارئ العربي عامة والقارئ الأكاديمي معرفة أعمق واشمل بما يدور من مستجدات في الصحافة الدولية، مما يساهم في بلورة فكر صحافي مستنير لدى القائمين على الصحافة في الوطن العربي.

المراجع

1. الصحافة المتخصصة : صلاح عبد اللطيف
2. الصحافة الاسلاميه ودورها في الدعوة: فؤاد توفيق العاني .
3. أمل خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي(القاهرة:دار العالم العربي)ط(1)2010
4. إياد البكري "تقنيات الاتصال بين زمنين" ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع. ، (2003):
5. تيمور عبد الحسيب، محمد، وعلم الدين محمود "الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال"، ط1، دار الشروق ، القاهرة. (1997):
6. حمزة ، عبد اللطيف "المدخل في فن التحرير الصحفي"، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة. (2002)
7. رحيمة عيساني، الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام ، (جهاز وتلفزيون الخليج لدول مجلس التعاون)ط(1)، 2010،
8. سمير محمود ، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (دار الفجر للنشر والتوزيع)ط(1) 1997
9. طلعت همام، "مائة سؤال عن التحرير الصحفي"، ط1، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، جبل الحسين. (1984)
10. عبد الرزاق الدليمي، الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية(عمان:دار الثافة)ط(1)2011

11. عبد الرزاق الدليمي ، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل(عمان:دار المسيرة للنشر والتوزيع)ط(1)2010

12. عبد الأمير مويت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، (عمان:دار الشروق للنشر والتوزيع)ط(1) 2006

13. قريعي، أحمد موسى): "ضمير الصحافة _دليل الصحفي والطالب إلى فن النشر والتحرير الصحفي"، ط1 القاهرة، مكتبة مدبولي. 2008)

14. لبنى العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية- (2009).

15. لطفي نصيف، "الأخبار الصحفية"، القاهرة، مطبعة التيسير. (1988).

16. محمود فهي خليل ،الاتجاهات الحديثة في استخدام الحاسب الآلي في التحرير الصحفي ،المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد السادس، أكتوبر ديسمبر1999(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة)

17. محمود سري طه، الكمبيوتر في مجالات الحياة(القاهرة:الهيئة العامة المصرية للكتاب)ط(2)1999

18. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، (العربي للنشر والتوزيع)ط(1)، 1990

19. محمود علم الدين، ، ليلى عبد المجيد :"فن التحرير الصحفي"، القاهرة. (2000):

20. محرز غالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)ط(1)2008 ،ص(96)
21. محمد عواد، المدخل إلى الإعلام الجديد ،(القاهرة: محمود ربحي عواد)ط(1)2010
22. مكاوي، حسن عماد "تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات"، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة. (1997)
23. ثانياً: الدراسات والأبحاث: أمل محمد أمين يوسف خطاب." دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية المصرية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007)
24. جواد الدلو، الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة" دراسة مبدانية(غزة:قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية2002)
25. سميرة محي الدين شيخاني، أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1999).
26. السيد بخيت ، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية : دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، رسالة دكتوراه منشورة ضمن أبحاث المؤتمر العلمي

الخامس لكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل.

27. سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العد الثالث عشر ديسمبر 2001(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة)..

28. عبد المطلب صديق، التطبيقات الفنية الحديثة في الإخراج، ودورها في تطوير التحرير الصحفي، دراسة وصفية تحليلية ،رسالة دكتوراه(الخرطوم:قسم الصحافة2002)

29. عادل عبد الرازق ضيف، تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات في مصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العد الثالث عشر ديسمبر 2001(القاهرة:كلية الإعلام جامعة القاهرة).

30. محمود سليمان محمد الحسيني علم الدين. ،مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية ،رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1984).

31. محمد خليل الرفاعى. ،استخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية :دراسة تطبيقية على الصحف المصرية والسورية خلال التسعينات" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002)

32. محرز حسين غالي."إتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو مستقبل الصحافة في مصر خلال العقد القادم (2004- 2014)" رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007) .

33.نوال عبد العزيز الصفتى، " إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة " دراسة تقويمية نقدية. رسالة دكتوراه منشورة ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام المنشورة المجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد العاشر : يناير – مارس 2001)

34.هند أحمد ." تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة دراسة ميدانية" رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007)

35.ثالثا : مراجع الإنترنت: رغداء زيدان ، (2009): دراسة حول "التحرير الصحفي في عصر الإعلام الرقمي"

36.http://www.ijschool.net/news.php?action=view&id=4

37.عبد الأمير مويت الفيصل، مقال بعنوان: "المعلوماتية التقنية ووسائل الإعلام"،

38.http://www.dahsha.com/old/viewarticle.php?id=321

39.الفيصل، عبد الحميد (2007): دراسة حول " المعلوماتية: التقنيات http://www.dahsha.com/old/viewarticle.php?id=32187

الفهرس



رقم الإيـــداع : 2014/9857

الترقيم الدولي : 8-053-753-977-978

الناشر

مكتبة الوفاء القانونية

محمول: 01003738822 - الإسكندرية



الإتجاهات الحديثة
فى الصحافة الدولية
NEWS
الناشر
مكتبة الوفاء القانونية
٠٠٢٠١٠٠٣٧٣٨٨٢٢
تليفاكس
٠٠٢٠٣/٥٤٠٤٤٨٠
الإسكندرية
ISBN: 977 - 753 - 053 - 8
9 789777 530538